

EL REY DE LA TV

Goar Mestre
y la historia
de la televisión



Pablo Sirvén



VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM



Goar Mestre (Santiago de Cuba, 1912) es una de las figuras más apasionantes y polémicas del mundo de la televisión. Hijo de un boticario, estudió Ciencias Económicas en Yale y llegó a la Argentina en 1937, representando a Union Carbide. En ese viaje conoció a Alicia Martín, con quien se casó y tuvo cuatro hijos.

En 1938 regresó a Cuba, donde llegó a formar un *holding* integrado por siete estaciones de radio y siete de televisión, y un grupo de casi treinta empresas de los más diversos rubros. Tras la llegada al poder de Fidel Castro —cuya actividad guerrillera ayudó a costear—, sus relaciones con el nuevo gobierno se deterioraron y debió salir de Cuba en 1960.

Radicado en Buenos Aires, en octubre de ese año comenzaron bajo su mandato las transmisiones de LS85 TV Canal 13. *Viendo a Biondi, Felipe. La familia Falcón, El club del clán. Sábados circulares de Mancera. Telenoche* y *El amor tiene cara de mujer* fueron algunos de los muchos programas que hicieron época y obtuvieron los ratings más altos.

Tras la estatización de la emisora en 1974, Mestre se dedicó a negocios inmobiliarios y en 1981 se asoció a Francisco y Antonio Macri en la creación de los estudios de cine y televisión Teleinde. En 1988 obtuvo el prestigioso Premio Emmy y, al año siguiente, apoyó a los Macri en la licitación de Canal 11.

Murió el 23 de marzo de 1994.

EL REY DE LA TV

EL REY DE LA TV

**Goar Mestre
y la historia de la televisión**

Pablo Sirvén



Todos los derechos reservados.

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo, ni en parte, ni registrada en, o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma, ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de la editorial.

© 1996, Pablo Sirvén

© De esta edición:

1996, Clarín / Aguilar U.T.E.

Beazley 3860. 1437 Buenos Aires

© Diseño de tapa:

Helena Homs

Fotos de solapas:

Gustavo Bosco y Mario Gambetta

(Gentileza Editorial Perfil)

I.S.B.N.: 950-782-030-2

Impreso en Argentina

Hecho el depósito que indica la ley 11.723

Primera edición: Octubre 1996

Índice

Prólogo	11
Antes de empezar	13

Primera parte:

Cuba: Entre el imperio y el exilio	17
------------------------------------	----

Tensa madrugada, 19 - La suerte está echada, 23 - Cuba, un polvorín, 26 - La cumbre con Emilio Azcárraga, 28 - El desembarco en CMQ, 30 - Las menciones rotativas, 32 - El millonario de las Villas, 34 - La expansión: Radio Reloj y CMBF, 37 - Aparece Pumarejo, 38 - Perón, a escena, 40 - Castro versus Mestre, 42 - "La reforma agraria va", 44 - Fusilamientos "en vivo y en directo", 46 - La sonrisa de Perón, 48 - La alianza increíble, 58 - El derecho de nacer, 60 - Castro sentencia a los medios, 65 - Preparativos de la TV, 72 - Los primeros televidentes, 75 - CMQ por dentro, 79 - El competidor calabrés, 82 - Vía satélite, 83 - Pumarejo, en color, 85 - Canal 4 o competir contra sí mismo, 88 - Hacia el exilio, 89 - Batista, el supremo, 92 - Suicidio en el aire, 93 - Fidel: presentación en sociedad, 96 - Hacia Sierra Maestra, 99 - CMQ, infiltrada, 100 - El régimen jaqueado, 101 - Batista, al ataque, 102 - El fin de Batista, 104 - Lo que vino después I, 107.

Segunda parte:

Argentina: Ascenso, apogeo, caída

111

El regreso de Perón, 113 - Subas y bajas de Canal 13, 114 - Jaque a la TV, 117 - Explorando Buenos Aires, 120 - Nacen tres canales, 125 - Todos, a Mestre, 129 " Los Mestre Cuban Boys", 133 - Campana de largada, 136 - Canal 13: hora cero, 138 - La ofensiva publicitaria, 139 - Los dos " Pepes", 143 - Azules y Colorados sobre Canal 13, 145 - Perón mira otro canal, 146 - Perón no se decide, 150 - La postura de Proartel, 153 - Aparece Time-Life, 155 - El negocio de Puerto Rico, 158 Perú: los hermanos sean unidos, 159 - España: en la mira, 162 - Los hilos invisibles entre Mestre y CBS, 165 - Paso en falso en Venezuela, 168 - Perón se despide, 176 - Estatización a punta de pistola, 179 - Los años dorados, 181 - "Partero" de la TV del interior, 184 - Sin noticiero, 186 - Planes de expansión, 190 - CBS y Time arman sus valijas, 191 - Aparecen los Vigil, 195 - Terapias intensivas, 197 - Acorralados, 204 - Lo que vino después II, 212.

Tercera parte:

Volver a empezar

217

El golpe, 219 - Operación rescate, 222 - Mestre cierra el cerco, 224 - El secreto de los Vigil, 225 - Brasil: toco y me voy, 230 - La mala racha del 13, 232 - Los Macri y la TV codificada, 233 - La TV es solo para los radicales, 236 - Nace Teleinde, 241 - Un Emmy para Goar, 245 - Ahora, Menem, 248 - Todos los caminos conducen a Mestre, 253 - Macri y el dinero, 256 - Te-

vemac, en el ojo de la tormenta, 260 - Telefé versus
Tevemac, 265 - Teleinde en la cuerda floja, 268 - Por-
te o y cubano, 273 - El negocio de la pizza, 277 - La
TV, siempre la TV, 278 - Lo que vino después III, 282.

Bibliografía y documentación

285

Prólogo

Me estrechó la mano con firmeza. Me miró a los ojos y con voz firme me dio la bienvenida. Nuestro último encuentro fue breve, o al menos eso creí porque al ver mi reloj habían pasado más de dos horas. Se paró, me invitó a acompañarlo, habló del futuro, de nuevas producciones, de nuevos proyectos, de nuevos horizontes. Vital y directo, no eludió ninguna pregunta. Hablaba como un maestro, con calidez y con severidad. Me despidió con una sonrisa y un apretón de manos. Fue la última vez que lo vi.

Hoy volví a verlo, impreso en papel, lo volví a sentirlo. En este libro está vivo. Sentí su mirada. Pude corporizar sus gestos.

Disculpe el lector esta confesión sincera y abandonada al descuido sobre esta página. Cuando me pidieron que escribiera un prólogo para este libro, supongo que esperaban las frases importantes, las citas memorables, las palabras corporativas, lindas pero de compromiso. No puedo hacerlo porque del padre de la televisión argentina se trata. No puedo hacerlo porque estoy hablando del fundador de Canal 13: Goar Mestre.

ARTEAR es hoy la continuación histórica de aquel cubano, tan argentino, tan enamorado de estos cielos y de una mujer argentina.

Hubiera querido –y esto es otra confesión– que

PABLO SIRVÉN

antes de morir nos hubiera visitado. Hubiera querido verlo caminar otra vez por los pasillos de Canal 13, fantasmas del pasado y las visiones del futuro habrían tenido una cita segura. Pero no fue posible. El tiempo, el destino, vaya a saber qué, nos jugó una mala pasada.

Espero que rescaten de la lectura de este libro, el temperamento, la pasión, la entrega de que este hombre fue capaz.

Ojalá que nosotros y las generaciones que están por venir sigan su camino, persigan sus sueños y capturen su espíritu, que sigue vivo en la tele.

Lucio Pagliaro
Director General de Canal 13

Antes de empezar

Cuando busqué por primera vez a Mestre, en 1983, no sabía a ciencia cierta si estaba vivo o muerto. En aquel tiempo yo era prosecretario de redacción del diario *Tiempo Argentino* y tenía a mi cargo una sección de Medios que salía dos veces por semana. Ya había entrevistado a Héctor Ricardo García y a Alejandro Romay y para completar el breve rompecabezas de popes de la TV argentina, sólo me faltaba dar con Mestre. A decir verdad, en ese momento, conocía poco y nada sobre su vida. Apenas sabía dos cosas: que era cubano y que había tenido influencia decisiva en la creación de Canal 13, bajo cuyo influjo entrañable había dejado atrás mi infancia.

Cuando lo encontré —estaba remodelando unos estudios en Martínez, para reconvertir lo que había sido Argentina Sono Film en MBC (posteriormente Teleinde y hoy Sonotex)—, lo que empezó siendo una entrevista como cualquier otra derivó en encuentros esporádicos hasta 1987 y bastante frecuentes desde entonces hasta fines del '93, pocos meses antes de su muerte.

No del todo resignado a las urgencias de mi profesión —entrar y salir de las notas con celeridad y sin tiempo para profundizar—, soñaba dar con alguien que entendiera a fondo la “fisiología” de la TV para repreguntarle, casi indefinidamente, acerca de los muchos interrogantes que me asaltaban sobre hechos, personajes y lugares relacionados

con tan particular negocio sin necesidad de correr enseguida a publicarlo.

Con Mestre encontré lo que buscaba. Y bastante más. En 1989 andando por La Habana, cuando invocaba su nombre, los taxistas se acordaban perfectamente de él a pesar de que le habían perdido el rastro casi treinta años antes. El 29 de abril de 1996, dos años y un mes después de su muerte, bastó que “Pipo” Mancera lo nombrara al recibir su Martín Fierro honorífico, para que artistas y ejecutivos estallaran en un cerrado aplauso. O que en 1959 el “Che” Guevara se refiriera a él en Punta del Este en no muy buen tono. O que en 1988 al recibir el Emmy —es decir, el Oscar de la TV norteamericana— Don Hewitt, el creador de *Sesenta Minutos*, el programa más exitoso de la TV de USA por muchos años, lo presentara como el “padre de la TV latinoamericana”.

Trajinando las calles de Miami, Caracas y Santiago de Cuba, investigando para este libro, entrevistando a sus amigos y detractores, fichando cientos de recortes de prensa y documentación en los que lo aludían a favor y en contra, visitándolo tantas veces como pude en su oficina a tres cuadras del Obelisco en la calle Perón —el hombre que lo había perseguido en 1948 hasta expulsarlo del país—, me pregunté una y otra vez quién era esa figura que despertaba tan encontradas pasiones en países tan distintos como Cuba, la Argentina, Perú, Venezuela, Colombia y Puerto Rico, donde una red informal de viejos colaboradores se solazaban hablando bien y mal de sus antiguas hazañas empresarias y televisivas, elevándolo a la categoría de personaje legendario.

Alguien nacido en la más popular y controvertida isla del Caribe, educado en los mejores colegios y universidades de los Estados Unidos y exiliado en el país más austral del continente es, pensé, un cóctel interesante al que vale la pena, cuanto menos, echarle un vistazo. Si a ese “lord

tropical”, que habla, piensa y resuelve los negocios como un norteamericano lo haría en Wall Street, pero que vive a gusto y a voluntad hasta el fin de sus días en el centro de Buenos Aires, se le ocurre, además, crear, una tras otra, estaciones de radio y particularmente de TV en cinco países, se tutea de igual a igual con los magnates de la CBS y Time-Life –razón por la cual muchos vieron en él a un testaferro del “imperialismo yanqui”–, le salva la vida a Fidel Castro con quien luego romperá lanzas para siempre, e intentará convencer en persona al generalísimo Francisco Franco de las bondades de la TV privada, ese personaje, además de un libro como éste, se merece una película.

Confieso que me acerqué a Mestre con todas las reservas del mundo y terminó fascinándome, aun cuando pudiésemos disentir en la política y en la manera de ver el mundo en otros temas. Sin embargo, pienso que debe reconocérsele –cualquiera sea la ideología que se tenga– sus intenciones serias de hacer de la TV una industria verdadera. Y que llegó tan lejos como pudo en ese objetivo con resultados que hoy todavía se discuten en la Cuba castrista.

Mestre creó un fabuloso imperio comunicacional en Cuba y lo perdió a manos de la Revolución en 1960. Lejos de achicarse, se embarcó en una aventura similar –Canal 13, en Buenos Aires– que tuvo tanto éxito como aquél y que terminó de manera bastante parecida en manos del gobierno de Isabel Perón. Y, sin embargo, Mestre no perdió su muy afinado sentido del humor, su tozudez ni su obsesión por hacer un negocio tras otro hasta su muerte.

La versión original de este libro triplicaba su tamaño actual, pero aun así resumía una pequeña muestra de las controversias que este hombre filosófico en los negocios, sociable en los salones, conservador en sus ideas, pero muy audaz a la hora de ejecutarlas, despertó a su paso a lo largo de 81 febriles años de vida.

No se pretende aquí juzgarlo ni ahondar en el análisis, sino mostrarlo en estado puro, en acción, librando batallas sin descanso. Ésta es la historia de un hombre pintoresco, gracioso y temible, polémico y querible, que marcó a fuego, con sus aciertos y errores, la historia de la TV latinoamericana. Un empresario poderoso que más allá de victorias y fracasos circunstanciales, navegó con habilidad desconocida sobre las encrespadas aguas de la política –pudo ser presidente de Cuba– y sobre el frívolo mundo del espectáculo, sin dejar de ser familiar y de moral puritana y manteniendo el *rating* bien en alto, a pesar de circunstancias “porrazos”, en la resbaladiza cumbre del *establishment* criollo.

Pablo Sirvén
Buenos Aires, septiembre de 1996

PRIMERA PARTE

CUBA: ENTRE EL IMPERIO Y EL EXILIO

Tensa madrugada

La Habana, 29 de enero de 1959, 1.30 A.M.

Nunca antes nadie lo había citado a una hora tan inapropiada. Goar Mestre clava una vez más la vista en su Rolex de oro y se pregunta si el comandante lo recibirá antes de que salga el sol. Demasiada espera para quien domina la principal cadena de radio y TV de la isla, el Circuito CMQ y un *holding* que no para de expandirse. Desde que cayó Fulgencio Batista, 29 días atrás, está convencido de que sus negocios crecerán aún más. Ahora que la Revolución triunfó, sus puntuales aportes a los guerrilleros, que llegaron a sumar varios miles de dólares, tal vez cobren algún sentido. En cualquier caso, lo sabe, se transformará en radiodifusor continental: ya ha puesto un pie en Puerto Rico y está por clavar su bandera en Buenos Aires, como paso previo a extenderse a Venezuela y Perú. Pero también aspira a desembarcar en Madrid y encender nuevas pantallas de televisión frente al mismísimo Francisco Franco.

Las mullidas alfombras del lujoso Habana Hilton apagan sus pasos impacientes. Un par de adormecidos barbudos, con metralletas y cervezas en mano, custodian la puer-

ta cerrada, detrás de la cual se esconden el nuevo hombre fuerte de la República y Celia Sánchez, su amiga y amante, y, finalmente, la encargada de hacerlo pasar. El apretón de manos entre los dos hombres es frío, formal.

Castro derrumba su largo cuerpo de basquetbolista en el amplio sofá y a su lado se sienta Mestre. Fidel no está seguro de que los salones repletos de humo de sus puros y de los de sus entrevistados, en burocráticas e interminables audiencias, sean mejores que la reciente epopeya al aire libre y llena de incertidumbres de Sierra Maestra. Está cansado y malhumorado, y no se esfuerza por disimularlo. Mestre espera el comienzo de la conversación, casi sin expectativas.

—Oye, chico —le dispara Fidel, estrenando un tuteo que en la primera entrevista con Mestre, cuatro años antes, no se había animado a usar—, ustedes son tres hermanos, ¿no? Yo conozco a Abel, te conozco a ti, pero hay uno que no sé quién es.

—Mi hermano mayor, Luis Augusto, desgraciadamente falleció el mes pasado —responde Mestre y rápidamente cambia de tema—; comandante: acabo de llegar de Los Ángeles y me he enterado de que Francisco Ichaso está preso —pretende interceder por el principal columnista del *Diario de la Marina*, la revista *Bohemia* y también editorialista de CMQ.

—¿Y por qué está preso Ichaso? —le devuelve Fidel.

—Comandante, me supongo que usted tiene que saberlo.

—¿Y dónde está preso?

—No tengo la menor idea, comandante, si está en La Cabaña, en Isla de Pinos o en el Castillo del Príncipe —Mestre trata de recordar los nombres de las prisiones cubanas.

—Óyeme, Mestre —la mano grande de Fidel se estrella sobre la pierna de Goar—, ¿sabes tú lo sabrosa que va a en-

contrar Paco Ichaso su cama cuando vuelva a dormir en ella? ¿Por qué no lo dejamos unos días más donde está?

.A Mestre no le queda sino cambiar de tema.

–Me encontré en Nueva York con Muñoz Marín, de quien soy muy amigo. El gobernador de Puerto Rico está dispuesto a viajar a Cuba, con algunos de sus funcionarios más importantes, para asesorar al gobierno revolucionario.

–¿Eso te dijo Muñoz? No me digas, chico –ahora Fidel se rasca la cabeza mientras enhebra una explicación que en los oídos de Mestre suena indescifrable–. ¿Tú tienes que contestarle ya?... Hay un problema, porque no puedo hacerle eso a María...

El comandante se mordisquea la punta de la barba. María, explica, es la mujer de Albizu Campos, un mestizo intelectual, recibido en Harvard, líder del movimiento independentista de Puerto Rico, preso en Atlanta por haber participado en el asalto al Capitolio en tiempos de Truman.

–María nos ayudó mucho –Castro disfruta cada vez que le desbarata un tema y ya van dos. Será mejor olvidar también lo de Muñoz Marín.

–Comandante, la CBS me ha pedido que interceda para que acepte pronunciar un discurso ante la Asociación de Periodistas en Washington.

Por fin, los ojos de Castro adquieren un brillo especial.

–No me digas, chico. ¿Así que la gente de CBS quiere que vaya a Washington para que hable? Tendría que practicar mi inglés, que no está muy bueno.

Hay un par de frases más de circunstancia y dejan pendiente la promesa de un nuevo encuentro, esta vez sin voluntad ni fecha fija.

Mestre lanza a gran velocidad su auto por el Malecón rumbo a su casa del Country Club Park. Algo comienza a moverse bajo su imperio de más de 28 empresas forjadas

en menos de 17 años. El Circuito CMQ-Radio cubre ya toda la isla con un transmisor de 50 mil vatios de potencia en La Habana y estaciones de más de 5 mil vatios en el interior, enlazadas telefónicamente desde los estudios ubicados en la imponente mole de Radiocentro.

CMQ-TV suma una cadena nacional de siete estaciones de alta potencia, que encabeza el Canal 6 de La Habana. Pero los Mestre, además, son dueños de, aproximadamente, el 60 por ciento de las acciones de CMBF-TV, una segunda cadena nacional de televisión idéntica a la de CMQ-TV, y de Microondas Nacionales S.A., que opera 18 enlaces de microondas entre La Habana y Santiago de Cuba. Una emisora de TV más, la CMBA –Canal 7–, también de los Mestre, se dispone a ofrecer una programación educativa en forma experimental. A la hora de hacer negocios, los Mestre no son razonablemente selectivos y tanto comercializan autos y camiones, equipos de aire acondicionado y televisores como productos medicinales, jugos de fruta y alimentos para bebés, e incluso se extienden a la industria de la construcción.

Siendo tan poderosos no tendrían nada que temer, pero han pasado varios días desde que Batista huyó y la situación no acaba de acomodarse. Cuando los festejos pasen y la euforia deje su lugar a la rutina cotidiana, los guerrilleros de la Sierra deberán archivar sus metralletas y ponerse a gobernar como puedan ese puñado de tierra de 111.000 kilómetros cuadrados.

Cuba es un país de contrastes. La mendicidad de las grandes ciudades no alcanza a empañar la pujanza de los negocios que tanto excita a inversores y empresarios. La capital crece a ritmo vertiginoso; el turismo, mayoritariamente norteamericano, vuelca sus dólares sobre cabarets, casinos y lugares de diversión para todos los gustos y morales.

Enormes rascacielos modifican el paisaje urbano, de inspiración marcadamente hispana, con arboledas frescas y frondosas que cobijan las calles del sol implacable.

Mientras La Habana tiene inocultables ganas de entrar de una vez por todas en el mundo desarrollado, los trabajadores rurales, como siempre, esperan con ansias la llegada de otra zafra para morir un poco menos.

Las radios nacionales –lideradas por CMQ, RHC-Cadena Azul y Radio Progreso y, más atrás, por Unión Radio, la Cadena Oriental de Radio y el Circuito Nacional Cubano, pronto convertida en Radio Rebelde– alimentan un millón de receptores repartidos entre un poco más de seis millones de habitantes a lo largo –1.200 kilómetros– y a lo ancho –entre 35 y 200 kilómetros– de toda la isla. Apabullante mayoría de 132 emisoras radiales contra 23 canales de televisión escasos –que cubren el 80 por ciento del territorio nacional– apenas sintonizados por medio millón de aparatos.

Los quince mil empleados de la industria telerradiofónica se preguntan qué será de los medios de comunicación ahora con Castro en el poder. Los Mestre no ignoran que detrás de cada palabra pronunciada por Fidel se esconde la suerte de sus propias empresas. La CMQ y todas sus emisoras satélites son apenas una nave frágil en medio de una tempestad en ciernes.

La suerte está echada

Goar y Abel Mestre esperan almorzar con el comandante a las 13. Pero el tiempo pasa y el nuevo gobernante de Cuba no abandona el micrófono de la planta baja de Radiocentro.

En el quinto piso, Goar Mestre da cuenta de un whisky y luego de una cerveza acompañada de un sánd-

wich. La ceniza de varios puros se acumula en los ceniceros. La ansiedad termina por convertirse en furia a las cinco y cuarto de la tarde.

—Si tengo que almorzar con este loco ahora, me llevan al paredón —trata de ahogar la indignación con otro whisky.

—Cálmate —sugiere Abel que conoce el alcance de los enojos de su hermano— y vete que yo me lo disparo solo.

Luego de cenar, Goar cruza la cerca que separa el jardín de la casa de su hermano en busca de noticias.

—Dijo tantas estupideces que no te lo hubieras podido aguantar.

—¿Y lograste algo?

—Imposible. No se puede hacer nada.

—Entonces, me voy a Buenos Aires a montar una productora. Quizá pase también por Perú. ¿Me acompañas?

La decisión de Abel es resistir en La Habana hasta donde sea posible.

A Goar, en cambio, lo seduce la idea de empezar de nuevo, y a su mujer, la posibilidad de volver a su tierra. No se les ocurre que Cuba vaya a cerrarles su puerta para siempre.

Más aún, durante el Año Nuevo de 1959, habían recibido en Buenos Aires la noticia de la llegada de Castro al poder con alegría.

Mestre se lamentó entonces de no estar en La Habana. Un par de semanas antes había decidido no pasar las fiestas en Cuba. Con la excusa de visitar a los padres de su esposa, eligió Buenos Aires para tomar distancia.

Al regresar a La Habana, los hermanos Mestre no lograron ponerse de acuerdo sobre Castro y la nueva situación.

“Es un cabrón”, dijo inmediatamente Abel. Goar, por el contrario, no dejaba de mostrar su incontenible optimismo.

Siempre le había fascinado la cercanía con el poder

político. Pero sus ambiciones, al igual que las de Luis Augusto, el hermano mayor, habían quedado congeladas para siempre por una frase lapidaria de Abel: "Si quieren llegar a presidente, prepárense para matar gente".

"¿Y para qué si sólo nos hace falta un diario?" –piensa Goar y estuvo a punto de tenerlo—. "Con radio, televisión y prensa, una organización periodística se potencia. No sólo por la ambición normal que lleva todo ser humano de querer conquistar más cosas. Uno se rompe todo por lograr un objetivo, y después de conseguido sigue adelante por la sola satisfacción de hacer cosas. El afán de lucro sólo sirve de impulso inicial, pero pronto se transforma apenas en un elemento indicativo del éxito que se está alcanzando. Por los primeros mil dólares, para comer y mantener a la familia viva, hay que salir a la calle con el cuchillo en la boca, pero después no es necesario ser excesivamente multimillonario para darse todos los gustos."

Los Mestre son un poder en sí mismo que los políticos respetan y temen. "Cuando se tienen tantos medios –dice Goar–, uno se siente muy fuerte y con un poder de locos. Se llama a un ministro por teléfono, se habla con el presidente, se influye en la opinión pública. Es fascinante, pero nunca hay que vincularse con ningún gobierno. Conviene mantenerlos siempre a distancia."

Con el advenimiento de Castro, se enfrentan a un rito conocido: en el comedor de Radiocentro hay una silla en la que se sentaron presidentes y ministros que al poco tiempo se convertían en apenas un mal recuerdo.

En cambio, Goar y Abel observan plácidamente el paso de la historia desde sus tronos vitalicios. La situación está a punto de cambiar y los Mestre no acaban de darse cuenta. Cuando lo adviertan será demasiado tarde.

Cuba, un polvorín

La Habana, octubre de 1938

Goar Mestre contempla desde la ventanilla del avión la celeste inmensidad del Caribe. En minutos aterrizará en La Habana. Viene de su primer trabajo exitoso como supervisor en Eveready de la Argentina y acaba de conocer a Alicia Martín, quien pronto se convertirá para siempre en su esposa.

Goar, el menor de cuatro hermanos, había nacido en Santiago de Cuba en la Navidad de 1912. Habla tan bien el inglés como cualquier norteamericano porque de adolescente sus padres lo obligaron a internarse en los mejores colegios estadounidenses y luego fue forjado en el rigor sin contemplaciones de la Universidad de Yale, se graduó en economía con las mejores notas y conoció a varios de los futuros dirigentes del *establishment* norteamericano.

Eran tiempos complicados en Cuba: tras la guerra por la Independencia, la intervención norteamericana dividió a la sociedad, convirtiendo a las clases dirigentes y a las fuerzas armadas en bandos irreconocibles.

Ahora Mestre retorna a la patria con una ictericia infecciosa que lo tendrá a mal traer durante un tiempo. Presume, como todos, que el próximo presidente será el oscuro sargento taquígrafo Fulgencio Batista.

A Mestre le apasiona el mundo de las ventas. Con la representación del cacao Toddy, que populariza en Cuba como Kresto, comenzará a prestar atención a la publicidad, asomándose por primera vez a los medios de comunicación, un mundo que terminará por atraparlo.

Con medio millón de habitantes, 34 emisoras convierten a La Habana en la ciudad de mayor densidad radial del planeta. Pero en esa multitud de radios sólo hay dos

que lideran claramente la audiencia: la CMQ y Radio Habana Cuba monopolizan los programas con más avisadores. Goar llega a pagar más a condición de que sus anuncios y auspicios sean reiterados hasta el cansancio por la CMQ, cuyos propietarios son poco apegados a los contratos que firman. Las menciones al aire suelen ser siempre menos de las acordadas.

Goar decide cambiar de emisora y auspicia programas enteros en la RHC, competidora acérrima de la CMQ y que muy pronto se coloca a la cabeza de las preferencias del público.

Miguel Gabriel, uno de los dos propietarios de la CMQ, es un obeso multimillonario, cuya mayor debilidad son las menores de 18 a las que le gusta hacer subir a su lustroso Cadillac, antes de aplastarlas de amor en la sórdida intimidad de "La gran china", un hotel donde los empleados lo reciben haciendo la venia y cuadrándose. Nunca recibe antes de las once de la mañana, y siempre luego de un baño de sales y bien perfumado. Envuelto en una bata de seda escucha atentamente halagadoras propuestas, comentarios intrigantes, elogios y proyectos que jamás se llevarán a cabo.

Fanático de las motos tanto como de las chiquillas, dirige el programa más popular en toda la historia de la radio en La Habana: *La Corte Suprema del Arte*, donde compiten aspirantes a convertirse en estrellas de la canción. Los abucheos o aplausos de la gente inducen al veredicto, pero la última palabra queda siempre en manos de don Miguel. Su rollizo pulgar aprieta un timbre cuando un participante se le vuelve intolerable. Y el público lo acompaña ruidosamente con alegría o compasión.

El programa ya casi no da abasto con los avisos, y por eso a Miguel se le caen unos cuantos por el camino. En el caso remoto de que el anunciante advierta el fraude, Ga-

briel lo recibe con los brazos abiertos, le palmea la espalda, ensaya alguna disculpa al pasar y atribuye todo a un error involuntario que no habrá de repetirse.

El reinado indiscutible de don Miguel está llegando a su fin. Mestre se hace fuerte en la RHC, formando un frente compacto junto con Sabaté S.A. –jabonera subsidiaria de la norteamericana Procter and Gamble– y la fábrica de cigarrillos Competidora Gaditana, y gana más lugar en la audiencia. Lo que no deja de tener consecuencias indeseadas para Mestre, quien escucha asombrado cómo Cristóbal Díaz, vicepresidente de la empresa, desconoce el acuerdo firmado y le achica su margen de ganancias.

Miguel sabe que sólo en cuestión de horas el hijo pródigo estará nuevamente a sus pies pidiendo clemencia.

Antes de tener que aguantar una vez más la mirada vacuna y perdonavidas de Gabriel, Mestre, a los 31 años, decide instalar su propia cadena de radio. La aventura está por comenzar.

La “cumbre” con Emilio Azcárraga

México, 1943

Goar se siente intimidado ante “el tigre” Emilio Azcárraga. Más que la edad –le lleva 17 años–, lo apabullan sus definiciones tajantes: “Un hombre que a los 30 años no ha conseguido su primer millón de dólares no sirve para nada”. Y su franca carcajada no hace más que mortificarlo: Goar y sus hermanos están aún muy lejos de esa meta.

Cuando se vieron por primera vez, Mestre tenía 28 años y aun cuando Azcárraga todavía era un hombre joven de 45, Mestre lo consideraba un anciano. El supermagnate le tomó aprecio enseguida: lo llevaba a almorzar a lujosos restaurantes y llenaba sus oídos de consejos.

Mestre viaja a México en busca de artistas para realizar sus programas de Kresto, Kolynos y las otras marcas que representa y fabrica en su país. “¡Ah!, pues hombre, usted tiene que llevarse –el zar sugería paternalmente– a las hermanas Águila, a Lupita Palomera y a Toña la Negra.”

Ahora el amo de la radio mexicana lo espera en una suite del Waldorf Astoria.

–Usted no puede poner una cadena de radio porque estamos en plena guerra. No conseguirá equipos por ningún lado. Lo que tiene que hacer –ordena– es comprar una de las dos cadenas que ya están en el aire.

–Pero, don Emilio, no están en venta.

–Pues hombre –Azcárraga esboza una sonrisa condescendiente–, todo se vende en esta vida. Hágales una oferta, consígase buenos socios y yo pondré, como socio minoritario, 250 mil dólares.

Goar dirige sus cañones hacia Miguel Gabriel y su CMQ. Su cara blanca e interminable se ilumina.

–¿Y quién quiere comprar la CMQ? –inquire Gabriel y su respiración se acelera.

–Nosotros, un grupo que estamos formando.

Gabriel dibuja sobre su boca la señal de la cruz. El sirio libanés se persigna cuando un negocio le interesa.

–Bueno, mira, yo te la vendo, pero si aceptas tres condiciones: la primera es que no se la quiero vender a ningún americano; la segunda es que deseo dejar una parte importante de lo que me paguen invertida en la planta, porque no sabría qué hacer con tanto dinero. Y la tercera condición, que es para mí la más importante, es que vendo la CMQ sólo si la manejas tú.

–Yo no sé nada de radio –intenta zafar Goar–; además tengo otros negocios que atender. Definitivamente no puedo ocuparme de la radio.

–Pues entonces, no te la vendo. Creo que debes ser

tú quien la maneje: eres cubano, pero te has educado en los Estados Unidos. Sabes muchísimas cosas de negocios que a mí se me escapan. Soy un hombre muy limitado –el soberano de la CMQ hace un gesto inesperado de humildad–; acuérdate que comencé como vendedor ambulante..., me estoy poniendo viejo –exagera porque tiene sólo 45 años, pero la gordura ha envejecido su cuerpo–..., y a mí lo que me gusta es andar en moto. Sería bueno poder liberarme un poco de todo esto, siempre y cuando se hiciera cargo alguien de confianza. Y esa persona eres tú.

Abel Mestre “dibuja” una original forma de asociación: los Mestre pondrán sólo 50 mil dólares y, sobre el saldo de 675 mil dólares a los que aspira Gabriel, pagarán anualmente un interés del 4 por ciento, amortizando el total con el 25 por ciento de las utilidades que se vayan generando. A cambio de esa facilidad, Gabriel y Cambó seguirán siendo dueños del 50 por ciento de las acciones. Magos de las finanzas, los Mestre con sólo 50 mil dólares y su dedicación al nuevo trabajo se convierten en los dueños de la mitad de una de las radios más escuchadas de La Habana.

El rey de la CMQ es acorralado de inmediato por los príncipes herederos que avanzan hacia su trono. La compañía se convierte, el 1º de agosto de 1943, en una sociedad anónima, el Circuito CMQ S.A., regida por una junta directiva integrada por los dueños originales de la empresa, Miguel Gabriel y Ángel Cambó, y por los nuevos accionistas, Luis Augusto, Abel y Goar Mestre, quienes controlan el directorio en el que son mayoría.

El desembarco en CMQ

Goar revuelve papeles, estudia las estadísticas radiales que le remiten y escucha a sus gerentes. Cuando amai-

na la vorágine, enciende un puro y pierde su vista tras los ventanales de su oficina. Agudiza el oído y presta atención al agotado receptor que no se cansa de emitir cada sonido generado por la CMQ.

Las emisoras de Cuba disparan diariamente 1.300 menciones comerciales que suman más de siete horas. De las casi 19 horas que la CMQ transmite cada día, más del 40 por ciento se lo devora la publicidad. Y por la mañana, las tandas llegan a duplicar el tiempo dedicado a los programas.

—Hasta ahora, el anunciante se ha preocupado del número de veces que se repite su mención. Nosotros aspiramos a que se preocupe del número de oyentes que la escuchan —dice Mestre.

Gabriel frunce el ceño; los estudios en Norteamérica, piensa, se le han subido demasiado a la cabeza. Se pregunta si no habrá sido una equivocación sentarlo en la cúspide de la CMQ. ¿Acaso cree que los 78 anunciantes del Circuito aceptarán mansamente tarifas más caras por menos segundos? “Más programas y menos anuncios. ¡Pero anuncios que vendan más!”, repite Goar y lo acuña como victorioso grito de guerra. El flamante director general de la CMQ asombra a los anunciantes con su extraño ruego: “Páguennos lo mismo por la tercera parte de las menciones que tienen ahora en el aire. Como resultado, les aseguramos que conseguirán más oyentes”.

La identificación de la emisora también lo tortura: “CMQ, del jabón Candado y CCQ, de la crema dental Colgate y el jabón embellecedor Palmolive, transmitiendo desde sus estudios arcosónicos RCA Victor, en Monte y Prado, La Habana, Cuba”.

Y se ha propuesto eliminar la fastidiosa frase aun cuando deba vérselas con el anunciante más poderoso de la CMQ, la empresa jabonera Crusellas y Cía. —subsidiaria

local de Colgate Palmolive Peat Co., cuyo dinero fluye sobre la emisora, abriéndole crédito generosamente cuantas veces lo necesite.

–Tengo que sacar esta radio adelante –se excusa Goar– y creo que la mejor manera de hacerlo será rescatando algo más de tres horas y media, actualmente cubiertas de avisos, para poner allí nuevos y mejores programas. Las menciones cuanto menos sean y más aisladas estén, mejor.

–Comprendo su plan, pero eso no va con nosotros –lo corta el vicepresidente de Crusellas.

–Voy a hacer una cosa que nunca he hecho y que espero no hacer nunca más: lo siento mucho, pero si usted no acepta mi plan, no voy a cumplir con el contrato.

El poderoso don Ramón Crusellas, el fundador y presidente de la firma, se involucra personalmente en el asunto, pero Goar lo convence.

Tiene suerte: sólo cinco anunciantes rechazan su plan –siguen por un tiempo con la misma cantidad de menciones– y apenas dos cancelan sus contratos. Al año y medio de iniciada su gestión, las menciones publicitarias sólo ocuparán 135 minutos diarios; un 12 por ciento del total de la programación contra un 42 por ciento en octubre de 1943. En 19 meses, la tarifa de las menciones se habrá quintuplicado y la audiencia se acrecentará en un 40 por ciento.

Las menciones rotativas

La profunda reforma publicitaria, con todo, no ha sido completada. Mestre concibe un sistema que luego se impondrá en los Estados Unidos y en casi todo el mundo: las menciones rotativas.

El propio Mestre lo explica así: “Supongamos que una emisora tiene una audiencia promedio de ocho puntos.

Si un anunciante contrata treinta menciones, que se transmiten en distintos horarios, tiene treinta impactos de ocho puntos de *rating* cada uno”.

El sistema le garantiza a la emisora una cobertura publicitaria homogénea de toda su transmisión sin segmentos sobrecargados o demasiado vacíos. Al anunciante, pagar el valor de un *rating* promedio también lo favorece cuando su aviso, en su rotación ~~diaria~~, va a parar a un horario de gran audiencia, cuyo costo del segundo debería ser mucho más alto.

Mestre hace y deshace como quiere, arrasando con todo lo realizado antes de su llegada. La emprende contra instalaciones y equipos y ahora la topadora se dirige hacia el corazón de la emisora, el último bastión donde Gabriel busca refugio: la programación.

Los celos devoran al rey saliente. Sus rabietas, apenas contenidas, se estrellan contra la apacible indiferencia de su nuevo socio.

Lo único que todavía lo reconforta es ser el factótum de *La Corte Suprema del Arte*. Allí nadie le discute el terreno ni sus caprichosos veredictos.

Mestre avanza sobre lo artístico incorporando como director de Programación a Gaspar Pumarejo; conocido locutor-animador, a quien había nombrado meses antes como jefe del Departamento de Radio de su agencia Publicidad Mestre y Godoy S.A. Elimina los chistes de tono subido y las tandas publicitarias no duran más de tres minutos. El abrupto final de los excesos publicitarios libera tiempo ocioso para nuevos programas. La CMQ forma su propia orquesta sinfónica, a cargo del maestro Gonzalo Roig. El popular Trío Matamoros atruena la onda de CMQ. Y tercián también en la batalla musical las orquestas Armonías del 43 y la de Julio Cueva. El público desborda el auditorio de la emisora de Monte y Prado.

Mestre ya piensa en grandes contrataciones internacionales –Cantinflas, Pedro Vargas, Josephine Baker– y realiza una nueva jugada fuerte que terminará por hacer manifiesto el enfrentamiento con Miguel Gabriel: ordena el levantamiento del ciclo *La Corte Suprema del Arte*. Los nubarrones amenazantes ya cubren el cielo de la CMQ.

El millonario de Las Villas

La Habana, 1944

Miguel Gabriel encuentra un aliado impensado para frenar los avances de Goar Mestre y su decisión unilateral de levantar del aire *La Corte Suprema del Arte*.

Amado Trinidad Velazco era apenas un apacible multimillonario de Las Villas, algo excéntrico, que tenía como única preocupación los negocios familiares en la industria cigarrera. Cuando Regalías El Cuño intensificó su campaña publicitaria hasta convertirse en el principal anunciante de la CMQ, antes de la gestión Mestre, Trinidad vio peligrar su negocio. La competencia comenzaba a comerle una parte del mercado poniendo en el aire atractivos concursos con grandes premios.

Amado, el más decidido de tres hermanos, intentó primero seguir los pasos de su rival: anunciar en la misma CMQ. Pero se encontró con que Regalías había ejercido su poder de veto y no admitía compartir el aire con sus enemigos. Se dirigió entonces a la Dirección de Radio en busca de una licencia. Quería aplastar a la CMQ y publicitar de una buena vez sus cigarros. Obtuvo finalmente la concesión de CMHI de Santa Clara, la primera de una serie de estaciones del interior del país que integraron en 1939 la Cadena Azul. Dos años después, anexó esa red a la capitalina y ascendente RHC.

El tabaco pasó rápidamente a segundo plano. Muy pronto, Amado, “el guajiro”, quedó cautivado por las frivolidades de la farándula y su personalidad empezó a sufrir inesperadas transformaciones. *Gentleman* tropical, con modales hollywoodenses y una mirada que erizaba a las mujeres, siempre vestía llamativos sacos a cuadros. La Habana fue aceptándolo de a poco como su nueva estrella.

Pero su obsesión seguía siendo destruir la CMQ y ponía en juego toda su fortuna para lograrlo. Consideraba a Miguel Gabriel como un obeso grotesco y a Angel Cambó como un infeliz con pocas luces.

Hasta que descubre que el verdadero enemigo es Goar Mestre, quien ocupa todo el escenario con sorprendentes modalidades “executive” *made in* USA y amenaza su popularidad ganada a fuerza de pagar los mejores sueldos del mercado y regalar juguetes a los niños hospitalizados. Sus respectivas radios quedan envueltas en una pelea de réplicas y contrarréplicas. El 3 de setiembre de 1944, la revista *Bohemia*, la más popular de Cuba, constata que “si Mestre advierte seis mexicanos, Trinidad replica con un grupo de ocho”. Y algo similar ocurre con los concursos.

—Al concurso de RHC-Cadena Azul —responde fastidiado Mestre a un periodista de esa publicación— lo observaré con paciencia, a ver qué pasa. Si me afecta, me despreocuparé de artistas, autores y productores y me buscaré un experto en concursos en Cuba o en el extranjero, y en vez de tratar de mejorar programas, como ya entonces se oíría cualquier cosa —un principiante tocando la guitarra o un perro ladrando ante el micrófono—, haré rifas. Y si la RHC-Cadena Azul las hace de treinta y cinco mil pesos, yo las haré de cuarenta mil, de cincuenta mil o más, hasta tanto mi competidor y yo nos declaremos en bancarrota y lleguemos a la conclusión de que las rifas no conducen a nada práctico.

Lo que Mestre no sabe es que su socio, Miguel Gabriel, acaba de forjar una alianza impensada precisamente con Trinidad. Decide entonces una arremetida final.

–Tenemos que hablar –le dispara Gabriel a Goar, quien supone estar ante una nueva e indeseada sesión de consejos–; tú no me haces caso y estás haciendo locuras. Hace tres o cuatro días visité en la cárcel a Manolito Benítez y me dio 250 mil dólares en un cartucho...

Mestre se muestra interesado.

–Y con ese dinero acabo de comprar una participación en la RHC. He acordado una operación con el guajiro Amado Trinidad y voy a competir con la CMQ desde la RHC. Pero al mismo tiempo, aspiro a cuidarle las espaldas a la CMQ, donde tengo invertido mi dinero. Por el camino que elegiste, esta empresa va directo al fracaso. No eres más que un soberbio y nada conoces de este negocio. Y voy a demostrarte quién sabe de verdad.

La perplejidad gana a Mestre, que mira a Gabriel sin poder salir de su asombro.

–Pero Miguel, perdóname, ¿te has olvidado de que tenemos un contrato firmado, por el cual a mí se me prohíbe trabajar en otra cosa durante cinco años y que por esa misma cláusula ni Cambó ni tú pueden meterse en otro negocio de radiodifusión?

–Me cago en ese contrato –Miguel Gabriel no está dispuesto a dejarse atrapar por los juegos dialécticos de Mestre, quien convoca de inmediato a Abel y a Ángel.

–Miguel Gabriel ha hecho algo muy grave –vocifera Goar– y no puedo seguir teniendo tratos con alguien que firma un compromiso y después decide no cumplirlo. Así que aquí o sobra Miguel o sobro yo.

–No hay ningún problema –Gabriel define su postura–; a mí me dan mi plata. Yo vendo mis acciones.

La expansión: Radio Reloj y CMBF

Miguel Gabriel no solamente aportará a la RHC-Cadena Azul su gordura y sus alicaídas ansias de poder. Acaba de comprar, con los dineros quitados a la CMQ, la Cadena Roja y su propuesta, por demás atractiva para Trinidad, que sólo busca expandirse, es adosarla a su ya poderosa red de emisoras. El cigarrero de Las Villas pasa por un grave ahogo financiero. La llegada de Miguel Gabriel a la RHC con dinero fresco en agosto de 1945 parece una bendición del cielo. Pero el cielo, precisamente, tiene otros designios para Gabriel.

Su corazón, acuciado por emociones contradictorias, se entrega en la mañana del 10 de diciembre de 1945. Sus adolescentes echarán de menos su dinero y los amigos bautistianos extrañarán sus murmuraciones sabrosas y finas obsecuencias. Sólo Amado Trinidad se compadece y le dedica un homenaje casi obvio, poniéndole su nombre al estudio gigante que construye. El inefable oponente de Mestre termina convertido en una inocente placa.

A diferencia de Trinidad, el dirigente máximo de la CMQ no se conforma con aumentar su colección privada de repetidoras. Quiere diversificar su oferta radial en emisoras completamente independientes del Circuito CMQ.

El 1º de julio de 1947, los Mestre ponen en el aire Radio Reloj, la que se consolida definitivamente apenas dos meses y medio más tarde, con la cobertura de un monumental tiroteo en La Habana entre dos grupos políticos antagónicos. Radio Reloj se convierte en la primera emisora cubana de emisión ininterrumpida las 24 horas del día, completando su oferta informativa con panoramas deportivos e internacionales; columnas de periodistas y entrevistas.

Luego de dos meses de quebrantos, la nueva emisora

comienza a dar utilidades. Para avanzar algo más, Mestre rescata, por pocos pesos, una emisora arrumbada de 10 kilovatios fuera de servicio, le instala un transmisor nuevo RCA y la pone en el aire el 11 de febrero de 1948.

La CMBF, Onda Musical del Circuito CMQ, ofrece “música... y sólo música”, de acuerdo con el eslogan ideado por el propio Mestre. La segmentación radial lo entusiasma. Busca ahora una tercera alternativa, la onda deportiva, que no prospera, para concentrar sus desvelos en la aún no inventada estereofonía radial; se interesa por el incipiente sistema de frecuencia modulada y comparte esas inquietudes con Emilio Azcárraga. Ambos marchan a visitar a Major Howard Armstrong, el inventor de la FM a su casa de Alpine, Nueva Jersey.

Aparece Pumarejo

Radiomanía, una de las tantas revistas del ambiente, arriesga que: “Gaspar Pumarejo es la mente ejecutora de los proyectos de Goar Mestre”.

Pelo negro engominado y peinado hacia atrás, mirada de póquer y bigotes prolijamente recortados sobre una boca que tartamudea sin descanso, son los rasgos característicos del asturiano, incansable buscavidas que se transforma ante el micrófono y dibuja en el aire proezas verbales que cortan la respiración de la audiencia.

Pero el cielo se oscurece repentinamente cuando Pumarejo, convencido de que el proyecto de Radio Reloj es de su más pura invención, reclama derechos que el dueño de la CMQ de ningún modo reconoce.

Sobreviene la ruptura, aunque Pumarejo disimula su enojo y hasta le ofrece a Mestre, sin éxito, participar en un nuevo negocio radial: el suyo. Miguel Gabriel ha muerto,

pero nace un nuevo rival que sabe mucho sobre su manera de pensar y que conoce perfectamente sus costados más débiles.

Pumarejo, aunque simple asalariado y sin ahorros, instala una emisora para disputarle la audiencia a su ex jefe. Como los grandes anunciantes no lo apoyan, recorre la República y organiza actos masivos en las principales ciudades. Propone al público suscribir acciones de su estación, homónima de otra que funciona en Madrid: Unión Radio, organizada a manera de cooperativa, y cuyos accionistas son los mismos oyentes. Como un recurso para conmovellos, denuncia el contraste entre su cruzada humilde y solitaria y el poder monopólico de los Mestre. Sus diatribas son publicadas por la prensa. Amado Trinidad se alegra ante el surgimiento de ese involuntario aliado, salido de las mismas entrañas de la CMQ. Lejos de preocuparse, Mestre quiere mudar la CMQ a un edificio que, de sólo verlo, les quite el aliento a todos.

Ronda en su cabeza una idea parecida al famoso Radio City, propiedad de los Rockefeller en Nueva York. El complejo se llamará Radiocentro, tendrá 10 pisos y será primo hermano, por su importancia, del que construye Azcárraga en México bautizado como Radiópolis.

En pocos meses, la mole de Radiocentro toma sus formas definitivas, mientras 350 obreros colocan febrilmente ladrillo sobre ladrillo: cinco mil metros cuadrados de oficinas para alquilar; una gran sala teatral o cinematográfica –arrendada por los Mestre a la Warner Brothers–; las instalaciones del Circuito CMQ –repartidas en 4.200 metros cuadrados y 10 estudios, dos de los cuales son, además, auditorios para 300 personas cada uno– y una serie de comercios en sus plantas más bajas –conectadas a la calle con rampas y escaleras– que abarca desde el Trust Company of Cuba hasta un local de exhibición de la Ford. Y

además, varios locales minoristas para librería, farmacia, mueblería, agencia de viajes, florería y dos restaurantes.

“Ni en los Estados Unidos –afirma *Variety* el 17 de marzo de 1948– existe nada semejante a Radiocentro, con la sola excepción de Radio City.” Y asegura que se han gastado 3 millones de dólares en la obra. Las cosas no marchan mal en CMQ: según la revista norteamericana, los 400 mil dólares anuales que obtenía como ingresos en 1943 se han convertido en un millón y medio, casi cuatro veces más, y se han agregado nuevas bocas de salida como Radio Reloj y CMBF. *Newsweek*, en cambio, plantea un interrogante sin respuesta, en su edición del 22 de marzo del ‘48, en un suelto que titula “Mestre Cuba’s Number One Showman”: “¿De qué sirve la fama si la democracia cubana es una nave frágil que navega en medio de tempestades incontroladas?”.

Y no sólo en Cuba; también en la mayoría de los países latinoamericanos los radiodifusores se sienten acechados por gobiernos que fluctúan entre la extrema debilidad y el autoritarismo. Conscientes de esa inestabilidad, se movilizan para aglutinar fuerzas.

Perón, a escena

“El pueblo –dice Goar Mestre– está mejor servido si la radio permanece en manos de particulares y no en las del Estado.”

De Buenos Aires llegan malas noticias: angustiados permisionarios consideran que sus días están contados. El gobierno del general Juan Domingo Perón, están convencidos, terminará por arrasarlo la radiodifusión independiente.

El mismo Mestre, en 1945, había advertido personalmente signos alarmantes de un fenómeno inédito que se es-

taba gestando en el seno de la sociedad política argentina en torno del embajador estadounidense, Spruille Braden, al que conocía muy bien de su anterior paso por Cuba. El dueño de la CMQ lo había tratado con tanta asiduidad que la prensa habanera llegó a fotografiarlos juntos y Mestre llegó a prestarle los micrófonos de su emisora para que hablase a favor de la causa aliada.

Goar había conocido y estrechado vínculos con algunos personajes clave de la radiofonía argentina como don Jaime Yankelevich, factótum de la exitosísima y poderosa Radio Belgrano, cuyas instalaciones no le impresionaron bien; no así los estudios de Radio El Mundo, que le parecieron adecuados y funcionales y rápidamente simpatizó con su artífice, Wesley Smith, también dueño de la Editorial Haynes —en la que se producía gran cantidad de publicaciones periodísticas— y con su gerente general, el uruguayo Oscar Luis Massa, autor del popular radioteatro *Los Pérez García*.

Después de que Perón ganó los comicios presidenciales del 24 de febrero de 1946, comenzaron a llegarle las primeras informaciones alarmantes sobre el “acoso radial”.

Los argentinos quieren que el segundo encuentro internacional de la flamante Asociación Interamericana de Radiodifusión, programado para 1948, se haga en Buenos Aires para así detener a las autoridades en su carrera por apropiarse de todos los medios. Mestre toma personalmente cartas en el asunto y la Asamblea de México accede al pedido.

Conjuntamente, Emilio Azcárraga, los uruguayos Lorenzo Balerio Sicco y Raúl Fontaina y otros personajes de peso en la radio latinoamericana, en carta enviada por la AIR a Perón, expresan su preocupación por el cierre de dos emisoras y la suspensión de una tercera. Pero no hay respuesta alguna.

Mestre eleva el voltaje de su reclamo: “No me explico cómo un hombre inteligente, pues como tal conceptúo al general Perón, quien está llevando a cabo una labor benéfica en muchos aspectos para su patria, esté tan mal aconsejado en radiodifusión. En la Argentina no se permite hoy la menor crítica al gobierno desde la radio. Allí se están cometiendo una serie de atropellos contra la radiodifusión que hacen sospechar que la Argentina va a abandonar pronto la senda democrática”.

Mestre empaca su equipaje y viaja por segunda vez a la Argentina. No la pasará bien

Castro versus Mestre

La Habana, mayo de 1959

Un clima de nerviosa alegría envuelve a Radiocentro. El comandante llegará de un momento a otro al ingreso de la calle M y al estudio donde Luis Conte Agüero le hará una entrevista para el muy escuchado noticiero del mediodía.

Los ojos de Fidel y de Goar vuelven a encontrarse frente al menú preparado por el personal de cocina de la emisora. Están también Abel Mestre y varios asistentes que secundan al novel primer ministro. Afuera, unos diez barbados descansan sus armas mientras devoran los sándwiches que les acerca Ernesto, el cocinero de CMQ.

—Comandante —dispara Goar Mestre—, Rufo López Fresquet nos está instando a que nos metamos a construir viviendas populares...

Fidel frunce el ceño y clava su mirada sobre Goar. El secretario de Hacienda del nuevo gobierno les había prometido todo tipo de desgravaciones si ponían pronto manos a la obra.

En medio de la expansión de sus negocios, Goar Mestre se había sumado al *boom* de la construcción desatado en Cuba tan pronto se creó el Fondo de Hipotecas Aseguradas, copiado del Federal Housing Administration de los Estados Unidos, y puso en marcha Fomento de Obras y Construcciones S.A. (FOCSA). ¿Su obra magna?: la torre más grande y alta del país. Treinta y ocho pisos de apartamentos, todos externos con vista al mar y con una novedosa ventilación cruzada que hacía muy frescas a las 273 unidades, amplias y confortables, de tres y cuatro ambientes. Cien mil metros cuadrados en cuya base, como en Radiocentro, hay tiendas, bancos, algún restaurante y hasta dos nuevos estudios de TV, unidos al control central de CMQ por cable coaxil. Remata el edificio FOCSA, el selecto club La Torre en los pisos 36º, 37º y 38º de la torre central, que supo presidir Luis Augusto Mestre, y al que pertenecen casi cuatrocientos hombres de negocios que encuentran allí un gimnasio, un sauna, salas de masajes y comedores privados.

—¿Qué tipo de casas? —inquire Fidel.

—Bueno..., no sé —duda el menor de los Mestre—, primero hay que determinar justamente eso, casas de qué tamaño, cuántos dormitorios, etcétera.

Goar Mestre insiste en emplazar a Castro con temas concretos y éste parece estar decidido a no dar curso a ninguno de sus requerimientos. Ambos recuerdan, claro, la entrevista en el Hilton.

—Ustedes no pueden competir con el gobierno —decreta Castro.

—¿Cómo? —Goar olvida las formalidades y elevando su voz lo desafía—: ¡Comandante, me corto la cabeza si con una mano atada atrás no hacemos casas mejores y con mucho menos dinero que cualquier gobierno...!

Un relámpago cruza los ojos del dueño absoluto del

poder político y militar de la isla, mientras enjuaga su boca con algo de cerveza y suelta su advertencia final.

—Es mejor que no te metas en esto.

“La reforma agraria va”

Los Mestre nunca sacan nada en limpio de sus reuniones con Castro, quien se pasa horas y horas en sucesivos almuerzos en Radiocentro como si fuera su casa y hasta duerme una siesta en uno de los dormitorios que los hermanos Mestre se hicieron construir en el quinto piso. Pero no logran persuadirlo en casi ningún tema.

Un tembladeral gremial y político ya sacude a sus empresas. Llueven acusaciones en el Ministerio de Trabajo, que no cesa de enviar sus inspectores a la emisora. Se levantan actas, se multiplican los trámites y papeles y los abogados del Circuito muestran sus dientes cuando son acorralados.

Alberto Hernández Catá y Alberto Vilar, responsables máximos del CMBF-TV, Canal 4 —también del grupo Mestre—, deben archivar las películas de John Wayne, de *cowboys*, de guerra o cualquier otra que promueva el *american way of life* porque ya no se ven con buenos ojos.

Los meses pasan y Fidel anuncia una ambiciosa reforma agraria. Sorprendentemente Goar propone apoyar la causa donando maquinarias agrícolas.

—¡Pero qué carajo vamos a apoyar la reforma agraria! —se exalta Abel—, ¿te has vuelto loco o no te das cuenta de lo que está pasando?

Otros empresarios creen también que, aplicada limitadamente y sobre tierras fiscales, tendrá efectos beneficiosos. No presienten que el gobierno pueda ir más allá. En cambio, Abel lo supone capaz de todo. Piensa que, inevita-

blemente, en algún momento, le pasarán la factura también a la CMQ.

En un programa especial, dirigentes de la Asociación de Hacendados discuten ante las cámaras de TV. Las posturas en contra son casi unánimes y por momentos la emisión se vuelve monótona. Goar, quien sigue las alternativas desde su casa, está por desentenderse de lo que ocurre cuando una imprevista leyenda irrumpe al pie de la pantalla de manera intermitente: “¡¡¡Pero la reforma agraria, va!!!”, machaca el texto sobreimpreso.

—¿Has visto lo que yo vi? —corre hasta lo de su hermano sin poder disimular su agitación y su sorpresa—; voy ya para Radiocentro a echar ahora mismo a todos estos tipos del control central.

—¿Estás loco? Ven, siéntate —le extiende un puro—, ¿no te das cuenta de que ya estamos totalmente infiltrados? ¿Qué crees que vas a lograr? Hemos perdido...

Goar propone, al menos, ir a la sede de la Asociación de Colonos de Cuba a presentar excusas.

El cuerpo directivo de la institución analiza el grave incidente. La famosa “coletilla”, que ya prolifera debajo de los artículos periodísticos que aparecen en la prensa escrita, hace su aparición triunfal también en la TV y elige como primer blanco a la CMQ. Los Mestre se disculpan.

—Señores, lo que nos ha pasado es insólito y nos apeña mucho, pero nos hace pensar que prácticamente hemos perdido el control de nuestra empresa.

—¡La re-for-ma agra-ria va!; ¡la re-for-ma agra-ria va! —gritan afuera unos 150 empleados y artistas de CMQ que elevan la voz en cuanto los Mestre ponen sus pies en la calle.

Abel, que no es hombre de medias palabras, ya tiene opinión formada sobre lo que ocurrirá.

—Mira, nos vamos al diablo. La empresa nos la sacan seguro.

—¿Y vamos a caer así, sin pena ni gloria, sin pelear? Me avergonzaría no hacer nada y que nos quedásemos de brazos cruzados hasta que suceda lo peor —dice Goar.

Ambos presienten que sus días en Cuba están contados, pero no rendirán la plaza pacíficamente.

Fusilamientos “en vivo y en directo”

En las empresas periféricas del Grupo Mestre ya hay algunos problemas significativos. El gobierno lanza globos de ensayo para no errar luego el tiro sobre su presa más codiciada: la CMQ.

Los dos Albertos, Hernández Catá y Vilar, aceptan discutir un abultado pliego de pedidos presentado por los representantes sindicales de CMBF-TV Canal 4.

El trato frío y distante con que el régimen maneja las relaciones con el mundo empresario atemoriza y llena de desconfianza a los hombres de negocios. Los barbudos se han propuesto quebrarlos anímicamente, meterles miedo y ahuyentarlos del país para quitarlos del camino.

A los ex funcionarios batistianos, especialmente si son militares, los espera el paredón. Goar Mestre siempre había sentido aversión hacia esos soldados de costumbres prostibularias, inclinados a los negocios sucios y peligrosos de la droga y el juego. Sin embargo, el estómago y el alma se le dan vuelta cuando los ve caer en el fondo de oscuras fosas, acribillados por el fuego sagrado de la Revolución. Las caras de espanto de los sentenciados y la melodía seca y mortuoria ejecutada con precisión por el pelotón de fusilamiento no se despegan de su memoria. Una imagen conocida y familiar desentona en el momento negro en que los cuerpos son perforados: una cámara de la CMQ espía impudicamente el instante en que aquellos hombres se convierten en cadáveres.

El régimen advierte muy pronto los efectos contraproducentes que provocan esas transmisiones en el público y aleja a la TV de las inmolaciones, que prosiguen a buen ritmo, aun cuando las calurosas adhesiones provenientes de todo el mundo al nacer la Revolución se convierten en angustiosos e ignorados pedidos de clemencia.

Goar se encamina hacia el Palacio de Deportes y llega cuando el presidente del tribunal lee los cargos contra el teniente coronel Sosa Blanco, natural de Santa Clara, provincia de Las Villas. Sosa Blanco balbucea una defensa ahogada por el griterío histérico de la concurrencia.

—¡Asesino, asesino!, ¡al paredón! ¡Ahora las vas a pagar! —y caen también escupitajos. Sepultado por los insultos de la gente y la animosidad del tribunal, el militar termina sin fuerzas para revertir su sentencia de muerte, dictada de antemano, a cumplirse en la nueva antesala del infierno, la Fortaleza de La Cabaña.

El gobierno, con su ostentación de persecuciones y fusilamientos, ahuyenta hacia el exilio a los empresarios venales, que se enriquecieron tentados por los negocios sucios de Batista, y los despoja, sin miramientos, de sus compañías malhabidas.

El grupo Mestre, que había sido solidario con los revolucionarios en su lucha contra la dictadura, acabará en poco tiempo por meterse en la boca del lobo al lanzar una audaz iniciativa que lindará en la provocación. Los editoriales del Noticiero CMQ se endurecen y, peor aún, se permitirá que Luis Conte Agüero eleve su tono crítico en una escalada que planean termine en una carta abierta a Fidel, invitándolo a definir su posición a favor o en contra del comunismo.

—No sé si vamos a tener que salir corriendo —presiente Goar—, pero algo va a pasar porque se la están sintiendo de una manera brutal.

La sonrisa de Perón

Buenos Aires, 30 de junio de 1948

—¡Qué hombre encantador!; no puede ser tan malo como ustedes dicen, Goar.

La mujer de Emilio Azcárraga encara, a media voz, al dueño de la CMQ. Alicia Martín permanece callada, pero atenta a cada detalle en el Salón Blanco de la Casa Rosada, iluminado a pleno para recibir a las delegaciones extranjeras.

Los Mestre y los Azcárraga ocupan la séptima fila de invitados. Desde allí escuchan la bienvenida, simpática e informal, del presidente Perón, mientras afuera aprieta el frío invierno porteño.

Lapiceras de oro, lujosos portafolios de cuero, recepciones, excursiones a Bariloche y otras atenciones, matizadas por la gran sonrisa redentora que jamás abandona la cara de Perón, despistan a los extranjeros.

Un aplauso cerrado corona las palabras del presidente, quien agradece con una corta reverencia y el clásico saludo con los brazos en alto. Una electricidad particular recorre el cuerpo de Mestre en el momento del apretón de manos, cálido y firme, y la mirada sostenida y risueña del mandatario.

Si la simpatía arrolladora de Perón desconcierta a los miembros extranjeros de la AIR, la abrupta transformación de los radiodifusores locales los sume en una confusión definitiva.

Quebrados por el peligro cierto de perder sus negocios millonarios en cualquier momento; asustados por no saber qué decir para no irritar al gobierno peronista e impotentes por las continuas interrupciones de la cadena nacional en los mejores horarios, la mayoría de los licencia-

tarios piensa en deshacerse de sus emisoras, vendiéndolas al Estado.

Bien encarada, la maniobra podía resultar incluso provechosa. Eso es lo que pensó quien seguramente tenía más que perder, el hábil dueño de LR3 Radio Belgrano, Jaime Yankelevich. No sólo se hizo pagar muy bien las cotizadas acciones de su popular empresa sino que, además, siguió a su frente pero como obediente funcionario público.

Yankelevich es capaz de revertir cualquier situación por más adversa que sea. Años antes había tenido como un acercamiento de alto voltaje con la actriz Eva Duarte, entonces su empleada. La misma que con el tiempo se convirtió en la mujer de Perón y activísima primera dama, no sólo preocupada por la beneficencia, sino también por seguir muy de cerca la constitución del gigantesco aparato de medios gráficos y radiales oficialista. Don Jaime sepultó las viejas rencillas inconfesables, dispuesto a lavar sus culpas. Pronto pondrá a sus pies –y de paso, se llenará los bolsillos– el más revolucionario invento de todos los tiempos: la televisión.

Al coquetear con los Perón, consigue todo lo que quiere: desde poner una vez más en marcha su clausurada Radio Belgrano hasta convertirse en el radiodifusor argentino con mayor influencia sobre la pareja *real*.

Por eso en cuanto llega a Buenos Aires para la reunión de la AIR, Mestre encara a Yankelevich.

–Aquí ya no tenemos más problemas; usted no tiene nada que temer, amigo Mestre –don Jaime ensaya una estudiada sonrisa, mientras intenta convencer al cubano en cuanto pisa el edificio de la Caja de Ahorro Postal, donde tendrán lugar las deliberaciones.

Mestre no anda con rodeos y emplaza a Yankelevich.

–Si piensan que hemos venido a convalidar lo que aquí ocurre y que ahora niegan, van por mal camino. Le

ruego, señor Yankelevich, que se franquee conmigo. Nosotros –se refiere al consejo directivo de la AIR– no queremos causarle ningún perjuicio porque ante todo somos colegas. Pero por eso mismo debe ponernos al tanto de lo que realmente está pasando aquí, porque hasta hace muy poco ustedes se quejaban de lo que el gobierno intentaba hacer con sus radios. ¿Podría explicarme cómo, sorprendente-mente, de un día para otro, los problemas se terminaron?

Mestre ignora que el Consejo Económico Nacional, presidido por el empresario Miguel Miranda, el Instituto Argentino de Promoción Industrial (IAPI), Correos y Telégrafos, diligentemente atendidos por Oscar Nicolini –amigo y protegido de la señora de Perón– y el Banco Industrial de la República Argentina, con Oscar Maroglio a la cabeza, se han lanzado recientemente a comprar todas las radios privadas del país. Y sus propietarios se han avenido rápidamente a las condiciones impuestas. Por malas que fuesen sus ofertas, siempre iba a ser mucho mejor recibir algún dinero a manera de indemnización que exponerse a la cancelación lisa y llana de la onda, sin beneficio alguno. La proposición incluía la posibilidad de seguir como empleados del Estado al frente de las emisoras que acababan de vender, percibiendo suculentos sueldos, comisiones diversas y, lo más importante, disfrutando de la amistad presidencial.

–Si quiere, le muestro las acciones de mi compañía; las tengo en la caja fuerte de Radio Belgrano y no me cuesta nada mandarlas a buscar –ofrece el caudillo de los radiodifusores conversos a la doctrina oficial.

Yankelevich no piensa dar el brazo a torcer y desliza al pasar una advertencia:

–Tenga cuidado, mucho cuidado, sobre todo con la señora. Usted lo puede pasar muy mal aquí.

Mestre atisba desde el fondo del salón durante el ac-

to de inauguración del congreso radial, la cara blanca y el pelo tirante, rematado en un rodete, de Eva Perón. El auditorio irrumpe en aplausos, mientras el consejo directivo de la AIR, relegado a las filas de atrás, observa azorado la extraordinaria metamorfosis experimentada por sus colegas argentinos que prenden en el traje sastre de la primera dama una joya de brillantes y zafiros. Y ofrendan a su marido, el general Perón, un micrófono de oro en miniatura.

Yankelevich, en representación de los radiodifusores vernáculos, subraya el clima de “libertad” en el cual se desenvuelve la radiofonía argentina. No hay documentos que prueben lo contrario: el gobierno, desde luego, ha cuidado muy bien de ocultar el traspaso de las emisoras particulares, omitiendo su consignación en el Boletín Oficial y apoyándose en el silencio cómplice de sus sobornados dueños. Cualquier denuncia que avance sobre este terreno minado será desmentida con ferocidad.

A la hora de elegir un nuevo presidente que encabece la asociación internacional, los locales se inclinan en masa a favor de Emilio Azcárraga. Saben que el monarca de la radiodifusión mexicana está inhabilitado para hacer reclamaciones severas. Después de todo, lo que hacen los radiodifusores porteños, con sus equívocas vinculaciones con el gobierno, se parece bastante a las intensas relaciones que el grupo Azcárraga mantiene con el eternamente oficialista Partido Revolucionario Mexicano y que lo seguirán colmando de espectaculares beneficios. Pero don Emilio prefiere observar el curso de los acontecimientos desde un más protegido segundo plano y declina el nombramiento. En su lugar es catapultado a la cumbre de la AIR Goar Mestre, con sus 35 años, el miembro más joven de la entidad.

El sábado 10 de julio de 1948 a las diez de la mañana, comienza la maratónica y explosiva sesión final.

En el estrado de la Presidencia, revuelven papeles y departen amigablemente Jaime Yankelevich, Eduardo Pelliciari y José Ramón Mayo, secretario del jefe de Correos.

Mestre confía en salir airoso del mal momento que le espera, puesto que el documento que entregará al quebradizo triunvirato no es de su exclusiva invención y lleva al pie la firma de 14 países (Brasil, Canadá, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, México, Panamá, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela).

—Tengo una gran simpatía por la Argentina, porque lo considero un país pujante de la América española —Mestre echa a rodar su alegato final—; y porque, incluso mi mujer es argentina y con ella he constituido mi hogar en Cuba. Sé también que la Argentina tiene en estos momentos un gobierno progresista y emprendedor, que está empeñado en una obra de vastas proporciones económicas y sociales —Yankelevich se sorprende gratamente y piensa que quizá Mestre no se animará a decir ni la mitad de lo que suponía—; pero todo esto, con ser mucho, no puede hacerme olvidar mi conciencia de *broadcaster* y, en tal sentido, debo presentar un escrito con la firma de las delegaciones de 14 países.

El doctor Mayo toma las hojas y en vistazo relampagueante lee: “La radio argentina acoge la propaganda oficial y excluye la de los partidos políticos opositores legítimamente reconocidos” y comprueba con horror que eso no es todo. “Las reiteradas manifestaciones de los radiodifusores argentinos acerca de que existe en la radio de esta república plena libertad, lejos de desvirtuar hechos incontrovertibles ya señalados, sólo han servido para comprobar que hay en la radio argentina un concierto de voluntades para aceptar una limitación de la expresión radial, que vale como su abolición.”

Mayo intenta deshacerse cuanto antes de esa carga

con un pretexto infantil: la incendiaria declaración no especifica destinatario.

El salón se despabila repentinamente tras veinte largas horas de sopor.

Pellicieri compone la voz y ensaya una rápida respuesta, mientras sus ojos se posan molestos sobre el presidente de la AIR. Según Pellicieri, durante la campaña preelectoral de 1946 todos los partidos obtuvieron en la radio mayor espacio que el peronismo y, sin embargo, éste resultó un pagador mucho más rápido que los demás, razón por la cual los permisionarios tomaron algunos recaudos como reducir el acceso al micrófono de esas agrupaciones.

—Por todo ello —declara el triunvirato al finalizar su débil argumentación— la Argentina no acepta este documento.

Es tal el desasosiego que invade a Yankelevich, Mayo y Pellicieri que, espantados ante la posibilidad de verse envueltos siquiera mínimamente por lo dicho en esas hojas, las lanzan al aire. Mestre, asombrado, las recoge del suelo y las vuelve a depositar sobre el estrado de la presidencia, ante el estupor de todos. Pero las hojas reinician su vuelo.

—¿Qué hago, señores? —el cubano vuelve a recoger el documento y lo hace flamear en alto como una bandera de cara a los congresales. La delegación argentina, fuera de sí, vocifera y amenaza. El representante peruano propone, a viva voz, la inmediata destrucción de la resolución conjunta para que renazca la calma, y se pliegan otras voces en el mismo sentido.

—Lo que hago no es un capricho —vuelve a la carga el director general de la CMQ—; si me ordenan destruirlo, lo destruyo. He cumplido la parte más desagradable y, porque tengo el valor necesario, me dirijo de frente a los delegados argentinos para pintarles la realidad.

Una salva de aplausos, cerrada y sostenida, con una

gran cantidad de delegados de pie, petrifica a la delegación argentina en sus asientos. El telón cae pesadamente sobre la asamblea de la AIR con un solo perdedor visible: el gobierno peronista.

Es preciso que los detalles de la condena no trasciendan, pero el muy leído diario *La Prensa* se apura en soledad a publicar el texto de la declaración conjunta.

Mientras la mayoría de los delegados parten hacia los lagos del sur, invitados por el gobierno, Mestre trabaja en Buenos Aires en la redacción de una carta al presidente de la República acompañando una copia de la controvertida resolución final de la AIR.

Siete días más tarde, aterriza en la conserjería del Plaza Hotel una citación del Ministerio de Relaciones Exteriores dirigida a Mestre. El canciller Guillermo Bramuglia quiere entrevistarle con urgencia.

En la antesala del despacho del ministro se encuentra con Ramón Castro Palomino, circunstancialmente embajador cubano en la Argentina.

—Señor Castro Palomino —Bramuglia apenas puede contener su enojo—, lo he citado para que presencie esta entrevista con un ciudadano de su país porque quiero estar muy seguro de proceder con cortesía y corrección. El señor Mestre ha cometido un acto incalificable que el gobierno de la Nación argentina no puede permitir. El general Perón me ha encargado —ahora, dirige sus palabras a Mestre— que le devuelva esta carta que él no puede recibir porque usted representa a un grupo de ciudadanos extranjeros que se han entrometido en los asuntos internos de un país soberano, en abierta violación de la Carta de San Francisco.

—El documento —trata de convencerlo Mestre— sólo alude a la actitud de los radiodifusores. No va en contra del gobierno argentino...

—Yo sé que esto es un complot de los partidos políti-

cos de la oposición y que ustedes se prestaron a ser sus instrumentos.

–Doctor Bramuglia –Mestre comienza a fastidiarse–; los miembros de la AIR somos empresarios serios, responsables y exitosos de la radiodifusión americana que no acostumbramos a ser instrumento de nadie. El problema real es que aquí no hay libertad de pensamiento de ninguna clase y no podemos silenciarlo.

–El complot está probado –contraataca el ministro– puesto que la Declaración que han dado a conocer ahora la recibí desde Guatemala en enero.

–Eso no es posible; el texto de esa Declaración fue redactado en Buenos Aires y he estado presente desde que se hizo el primer borrador hasta que se introdujeron todas las modificaciones sugeridas por cada una de las delegaciones que la firmaron.

–Pues yo puedo demostrarle que la tenía en mi poder –reitera el canciller ante la mirada atónita del diplomático cubano.

–Me ofende usted al decirme esto –replica Mestre.

–¡Y usted nos ofende a nosotros al no respetar la soberanía argentina! Mire, señor Mestre –Bramuglia trata de aplacarse–, usted es un hombre joven, impetuoso, sincero y, además, maneja muy bien la dialéctica. Y, a pesar de todo, debo decirle que me ha caído muy simpático, tanto es así que le voy a adelantar una información para que tome sus recaudos: algunos de los delegados que firmaron esta resolución se van a retractar y usted va a quedar en una posición muy desairada. En el diario *Crítica* de esta tarde va a encontrar algo sobre esto.

La entrevista se ha extendido más de la cuenta, entre explicaciones repetidas y admoniciones inquietantes.

–Señor Mestre –el funcionario apoya amistosamente su mano sobre uno de los hombros de su visitante–, le voy

a dar un consejo de amigo: váyase de Buenos Aires lo antes posible porque si se queda lo puede pasar mal.

La sangre de Goar Mestre se hiela repentinamente. Castro Palomino no logra tranquilizarlo.

—Óigame, esto es muy grave; a usted le puede pasar cualquier cosa; coincido con el canciller en que debe irse cuanto antes y mientras esté aquí no se le ocurra salir del hotel.

Para matizar la reclusión, solicita a uno de los encargados de la conserjería los diarios de la tarde, quien se los da espantado. Goar reconoce su rostro en la primera plana de *Crítica* debajo de un título catástrofe:

VASTO COMLOT FORÁNEO

PARA DESPRESTIGIAR A LA ARGENTINA.

¿Será por eso que el ministro Bramuglia le aconsejó, un rato antes, leer precisamente ese vespertino? “Una artera maniobra urdida en el Congreso de la Radiodifusión”, informa otro titular.

Mestre se encierra en su habitación, enciende la radio y escucha alarmantes y cada vez más frecuentes boletines de Radio del Estado, emitidos en cadena, que no cesan de nombrarlo.

“Intereses foráneos muy poderosos –atruena la onda de LRA– se habían confabulado para dañar moralmente al país. Se juzgaba, sobre la base de supuestos informes de grupos opositores, la situación de nuestra radiotelefonía, desdeñándose la opinión de los delegados argentinos a quienes se acusaba de faltos de sinceridad.”

La santa indignación de la prensa argentina estalla nueve días después de que el congreso de la AIR ha terminado, el lunes 19 de julio por la tarde. *Democracia* encabeza su edición con indignados caracteres: “Intrigantes internacionales confabularon contra el país” y un gran retrato del “cabecilla” del operativo. Al cubano le cuesta recono-

cerse en esa foto, evidentemente retocada, en la que se han alterado algunos de sus rasgos para darle una apariencia sórdida. “¡Este es Goar Mestre! –lee en el epígrafe–, el siniestro agente de los *trusts* yanquis, del capitalismo sin bandera.” *El Mundo*, en página 6, también involucra al norteamericano John Royal, primer vicepresidente a cargo de la televisión en la NBC y organizador de la Cadena Panamericana durante la guerra, quien había asistido a las deliberaciones. “Entre las sombras –comenta el matutino con lenguaje truculento– comienza a tramarse una confabulación monstruosa e incalificable.”

Los medios oficialistas no explican en qué consistió el complot que para la Subsecretaría de Informaciones estuvo “fraguado por los consorcios capitalistas norteamericanos, en complicidad con los políticos reaccionarios desplazados por la revolución popular”.

La Época bautiza, en su titular, a los directivos de la AIR como “alumnos de la escuela bradenista” y, de paso, acusa a *La Nación*, *La Prensa* y *Clarín* de ser “diarios coloniales que muestran la hilacha en cada ocasión que se les presenta”. Al oficialismo le fastidia profundamente que los tres periódicos ignoren “la insidia de Wall Street”, catalogada así por *Democracia* el 21 de julio. Nueva foto de Mestre, que no lo favorece, y un belicoso epígrafe lo crucifica como “el ejecutor de los inconfesables designios de una camarilla plutocrática extranjera”.

Goar toma algunos recaudos al partir: envía a su esposa y a Roberto, el único de sus cuatro hijos que está en Buenos Aires, a casa de sus abuelos argentinos. Saldrá del país, hacia Montevideo, sin su familia y con el apoyo de la embajada cubana en Buenos Aires. Hasta la puerta del DC-3 que lo espera, a primera hora de la mañana, en el aeropuerto de Morón, lo acompañan el cónsul Leonardo Bravo, y Castro Palomino, quien, ante las idas y vueltas del

personal aeronáutico, impone con firmeza el embarque de Mestre.

En el aeropuerto de Carrasco, y ante la prensa uruguaya, Mestre se defiende de las acusaciones:

–La idea es tan grotesca –declara– que ni el más mediocre autor de cuentos para chicos se atrevería a utilizarla para un programa radiofónico.

La alianza increíble

En la capital argentina, el gobierno maquina una campaña para neutralizar la prédica de Mestre, quien va contando el bochornoso episodio por toda América y ha forzado la expulsión de la Asociación de Radiodifusores Argentinos de la AIR.

–Mire Mestre –Yankelevich se lo había anticipado en un raptó de sinceridad–, usted no sabe de lo que es capaz el gobierno argentino y lo va a pasar tan mal que hasta va a tener que abandonar la presidencia de la AIR. Además, por vía diplomática y con dinero, le harán la vida imposible. No se sorprenda usted si el gobierno argentino envía agentes a Cuba para repartir plata entre la prensa para fastidiarlo.

El gobierno de Perón, desde luego, está lejos de dar por concluida la polémica. Instruye a todas sus embajadas en América para promover acusaciones contra la AIR y elucubra un plan para pagarle a Mestre con su misma moneda y en su propia casa.

A su regreso a La Habana, todo parece normal. Lo reciben como a un héroe nacional a quien es preciso desagraviar. El alcalde le entrega en reconocimiento a su actuación en Buenos Aires su máxima condecoración –la medalla de la ciudad– y el acto más significativo tiene lugar, paradójicamente, en el Estudio Miguel Gabriel de la RHC.

Ningún radiodifusor falta a la cita, ni siquiera su competidor más acérrimo, Amado Trinidad.

–El actual gobierno argentino –dice Mestre ante la concurrencia– me ha amenazado con comprar la prensa y la radio de Cuba para combatirme en mi propio país. Ese gobierno ignora seguramente la seriedad de nuestra prensa y el prestigio de que goza, y cree que puede hacer con nuestros órganos de opinión lo que ha hecho con la mayoría de los que existen en su país.

Mestre sospecha de las intrigas de su enemigo máximo, Amado Trinidad, y se palpita lo peor cuando, desembozadamente, a partir del 5 de octubre de 1948, RHC Cadena-Azul comienza a incluir en sus noticieros comentarios y editoriales a favor del gobierno argentino.

–Todos sabemos –opina Mestre con cáustica ironía ante el periodismo– que, en el supuesto caso de encontrarse el señor Trinidad en situación financiera difícil para llevar a cabo sus vastos proyectos de televisión, simplemente el hecho de declararse públicamente como enemigo mío le bastaría para obtener del ya notorio régimen del sur todo el apoyo financiero que quisiera. Pero tenemos la seguridad de que está muy por encima de esas maquinaciones que lo llevarían a entregarse a un poder extranjero.

Amado no se da por aludido y se presta a una grandilocuente provocación: el embajador argentino en Cuba lo invita a una recepción social en su residencia, cuyas alternativas transmite la RHC Cadena-Azul en conjunto con las estaciones radiofónicas argentinas incondicionales al peronismo –según Mestre, 74 radios sobre un total de 80– y se abraza repetidamente con el dueño de casa ante los fogonazos de la prensa.

Entonces sucede lo inesperado: procedente de Venezuela llega un argentino que había trabajado a las órdenes del jefe de Correos y Telégrafos de su país, con la misión

de tentar con dinero a radioemisores de diversas naciones, para constituir una informal cadena de estaciones enemigas de Goar Mestre. En Cuba, obviamente, Amado Trinidad se convierte en su “cliente” por derecho propio. Pero, librado a su propia suerte y con tal de reunir más fondos, ofrece también pruebas de toda su singular operatoria a la gente de Mestre en una abultada carpeta que está dispuesto a entregar por 1.200 dólares. Y el escándalo estalla.

–Reitero, en una nueva apelación cordial, mi solicitud al señor Amado Trinidad –Mestre lo acorrala– para que explique su posición ante el país, como yo tengo bien explicada la mía. El pueblo de Cuba dirá en último término quién tiene la razón: si los que defendemos la causa del pensamiento libre y el modo de vivir democrático o los que, por razones inconfesables, prefieren traicionar a Cuba y entregarse dócilmente al poderío económico de un despota extranjero.

Incinerado, Trinidad se repliega.

El derecho de nacer

Amado Trinidad ha comenzado a bajar, con paso firme, la cuesta del éxito, salpicado por el barro del desprestigio. Pero lo que más lo aflige es la inminente caída del último bastión inexpugnable de la RHC Cadena-Azul: el neurálgico y central horario de 20 a 21, ocupado por *La novela del aire* y *Tamakun*, cuyo persistente liderazgo la CMQ no logra quebrar.

El tema se ha convertido en una obsesión personal de Goar Mestre. Ya lo ha probado todo sin escatimar presupuestos: novelas, programas de entretenimiento y hasta grandes shows internacionales con la presencia, en estudios, de figuras de fama continental como Pedro Vargas y

Libertad Lamarque. No hay caso: el público, incommovible, se pasa sin remedio a la RHC-Cadena Azul tan pronto como el reloj señala las ocho de la noche.

Por eso, cuando su primo Glanco Vaillant y su gerente de programación, Manuel Cores, le alcanzan el proyecto de otra radionovela para cubrir esa hora fatídica, sólo por cortesía escucha la sinopsis argumental.

—A mí me parece una porquería —dictamina luego de escucharla—, pero si ustedes están tan seguros de que va a andar, probemos.

Vaillant y Cores corren a darle luz verde al libretista, un personaje extravagante y simpático que gusta vestirse con colores fuertes e incompatibles y que en la vida lo ha hecho todo: empleado judicial, periodista, decorador, poeta, compositor y cantante, si bien en lo que más ha sobresalido es como autor de obritas teatrales infantiles y, en los últimos años, como guionista de la exitosa serie radial *Chan-li-po*. Félix B. Cagnet había dejado ya adulto su provincia de Oriente, atraído por las luces de la capital, donde se abrió paso en la radiofonía apelando a su ingenio y sus modales suaves, alternando su voz aflautada y su pluma afectada en las ondas de la RHC -Cadena Azul y la CMQ.

El 1º de abril de 1948 a las ocho de la noche, CMQ estrena *El derecho de nacer*. Comienza la historia de la novela romántica más exitosa de todos los tiempos.

A poco de andar, su tortuosa historia de romances e intrigas se perfila como el éxito del año. Apenas treinta minutos diarios son suficientes para que toda Cuba contenga la respiración tan pronto llega el anochecer. El país entero se llama repentinamente a silencio —y hasta en los cines del interior a veces se interrumpen las funciones para no competir con su majestad, la radio— y sólo las voces de los personajes de Cagnet se apropian del espacio entrelazándose de un receptor a otro, en las casas de familia, en los mercados y en los comercios.

Los padecimientos de Albertico Limonta y las maldades de su abuelo, don Rafael del Junco, empujan definitivamente al abismo a la descendente RHC Cadena-Azul, mientras que le aporta tanto *rating* a CMQ que, en la suma con otros éxitos, ya jamás nadie podrá alcanzarla.

Amado Trinidad, desesperado, se lanza a ofrecer a los protagonistas del suceso radial –María Valero y Carlos Badías– el doble de lo que ganan en CMQ, pero ya nadie parece escucharlo. Y, sin embargo, semanas antes de su puesta en el aire, había estado muy cerca de contar con el programa entre sus filas, si no fuera porque el auspiciante, Sabatés S.A., rechazó el proyecto por considerar que el color negro de la piel de Mamá Dolores podía “irritar” a sus clientes.

Mestre no puede creer que esa historia tan convencional, por la que él no apostó ni un peso, genere tal repercusión. “Fabricar un éxito –reflexiona– es muy difícil, porque ciertamente el gran misterio y el gran riesgo de este negocio dependen de la imprevista reacción del público.”

En este ámbito todo es posible, se repite Goar, mientras trata de asimilar esa figura diminuta, vestida de arco iris, que llega puntualmente a su despacho de Radiocentro.

–Óyeme Félix, ante todo, te felicito. El programa va muy bien y estamos muy contentos, pero, viejo, me estás haciendo un gran lío aquí adentro porque entregas tus libretos sobre la hora y eso no puede ser.

El guión diario de *El derecho de nacer* no llega a Radiocentro nunca antes de las dos o tres de la tarde y los actores se encuentran con él sólo cuando está por comenzar el programa, en lugar de la semana previa, de acuerdo con las normas establecidas por CMQ.

–Tú sabes, Goar –se excusa mortificado Caignet, con la voz quebrada– que suelo ser una persona muy disciplinada, pero ocurre que ahora me pongo frente a la máquina de

escribir y no me sale nada. Y así se me pasa el tiempo, esperando el momento en que ustedes transmitan un nuevo episodio. Cuando termina, me siento otra vez y tampoco me sale nada. Sólo al día siguiente, por la mañana, se abre mi cabeza y puedo escribir el que sigue. Por eso nunca puedo mandar el libreto antes de las dos de la tarde...

Tan pronto como cada entrega de *El derecho de nacer* llega a su fin, Cagnet se lanza a recorrer las calles de La Habana en busca de materia prima para el capítulo siguiente. Se mezcla en los mercados y en las plazas con la gente y busca afanosamente las opiniones y elucubraciones de lavanderas, sirvientes y otros ciudadanos de humilde condición. Y luego de alguna copa compartida con amigos, se entrega al sueño hasta despertar a la media mañana siguiente dispuesto, entonces sí, a escupir el capítulo que todos –incluso él– están esperando con ansias. *El derecho de nacer* es, ni más ni menos, una invención colectiva de la ciudad de La Habana y Cagnet su intérprete más acabado.

Pero a fines de noviembre de 1948 –cuando el radioteatro está por cumplir ocho meses en el aire–, sobrevienen dos serios trastornos: la trágica muerte de la popular actriz María Valero, quien cubría uno de los papeles principales, y el planteo del actor José Goula en demanda de un excesivo aumento salarial que obliga a la plana mayor de CMQ a estudiar su separación del elenco. Allí está también Félix B. Cagnet, porque la determinación que se tomará es gravísima, teniendo en cuenta que Goula tiene a su cargo nada menos que el papel de don Rafael del Junco, alrededor del cual gira toda la trama.

–Pues mávalo –sugiere sin demasiada originalidad Goar Mestre, ofuscado por la situación– o qué se yo, pero haz algo. De ninguna manera vamos a acceder a su reclamo. Imagínate la incidencia que tendría ese aumento en el

resto del elenco de ése y los demás programas dramáticos.

Caignet –corbata violeta, medias amarillas y saco y pantalón en colores contrapuestos– se pone de pie, como poseído por una fuerza desconocida.

–¡Está bien!, ¡está bien! ¡Ya tengo la solución! No se hagan más problemas...

–Pero, ¿qué es lo que vas a hacer? –preguntan todos con intriga más adecuada a un novelón que a una reunión de ejecutivos.

En la emisión del 23 de noviembre, don Rafael del Junco ni muere ni desaparece de *El derecho de nacer*. Contrae una repentina apoplejía que lo deja sin habla. A partir de ese momento, se convierte en un mudo testigo de todas las intrigas que se generan a su alrededor. El público lo sabe y el relato en *off* lo mantiene al tanto de lo que pasa por la cabeza del abuelo de Albertico. La voz del actor José Goula se vuelve inesperadamente inútil, sin prescindir de su personaje. Se escucha su silla de ruedas que avanza en cada escena y el público vibra presintiendo esa presencia fantasmagórica y silenciosa.

Goula se queda sin trabajo. Caignet se arregla espléndidamente con su Rafael del Junco mudo y el tiempo pasa –tres meses– sin que la audiencia se resienta. El actor vuelve a CMQ y se aviene a las condiciones que impone la empresa, resignando su pedido de quintuplicar su *cachet*.

–Auméntenle –ordena Mestre– una cosa razonable; páguenle el doble.

Todo el suspenso contenido durante un lapso tan prolongado hace eclosión cuando el personaje recupera la voz, situación que es saludada con los bocinazos de los taxis habaneros y que es motivo de conversación en todas partes. Durante algo más de un año, los 314 capítulos de *El derecho de nacer* terminan por asegurar el liderazgo de CMQ.

Las jaboneras Sabatés y Crusellas no son ajenas a las radionovelas que los cubanos sintonizan con tanta fidelidad. Imitan puntillosamente a sus colegas norteamericanos, padres de las populares *soap operas*, que proliferan también en los Estados Unidos, pero ambicionan llegar más lejos todavía. Sabatés pretende asumir directamente la conducción de la RHC Cadena-Azul, a la cabeza de un grupo de anunciantes, en cuanto Trinidad se declare exhausto. Y fantasea con la idea de crear una cadena continental que distribuya sus espectáculos radiales por toda América, imponiendo sus jabones y detergentes de Tierra del Fuego a México.

Pero los Mestre se disponen a desbaratarle sus planes.

Castro sentencia a los medios

La Habana, marzo de 1960

Goar y Abel, que ya vislumbran su propia caída, acuerdan poner en el aire una campaña sobre lo que es y a dónde conduce un régimen comunista.

Las hostilidades entre CMQ y el gobierno aún no se han declarado abiertamente, pero la serie radial ideada por los Mestre se acerca fatalmente a su desenlace y ha comenzado a correr una imaginaria cuenta regresiva. Previsor, Goar guarda en el bolsillo de su saco el pasaporte y un pasaje abierto a Miami.

Viernes 25. Una atmósfera cargada de nervios y de malos augurios envuelve a Radiocentro. Para las 13, está prevista la lectura de la anunciada carta abierta de Luis Conte Agüero dirigida a Fidel Castro.

—¿Estás ahí? —Abel llama por el intercomunicador a

su hermano Goar-, te va a ir a ver Barceló, del noticiero. Las cosas se están poniendo muy feas.

-Puedo adelantarle -comienza el enviado de Abel- que, por algunas infidencias que he recogido, vamos a tener lío a la una. Asómese usted mismo a la ventana y verá.

Mestre se acerca discretamente a la ventana de su oficina del cuarto piso. Abajo, en la calle, hay pequeños grupos de jóvenes que se identifican con pañuelos blancos envueltos en el puño y comandan la imprevista manifestación. Media hora más tarde, atraído por el bullicio creciente, Goar echa una nueva mirada. La muchedumbre no cesa de abultarse en actitud beligerante.

Con su bocina estridente y desesperada, el Buick descapotable de Conte Agüero atraviesa la marea humana y abre una forzada brecha entre los cuerpos que retroceden caóticamente, pisándose unos a otros. La bocina se superpone con los insultos y algunos puñetazos al aire alcanzan a estrellarse sobre la carrocería.

-¡CMQ, intervención!, ¡CMQ, confiscación!, ¡CMQ, intervención!, ¡CMQ, confiscación! -braman y piden afuera y también puertas adentro de Radiocentro.

-Tienes cinco minutos para sacar esos carteles -ordena Goar Mestre a René Puig, su gerente de Personal, el hombre que en los últimos años ha llenado la empresa de elementos afines al movimiento de Sierra Maestra. Leyendas e inscripciones aúllan desde algunas paredes del edificio la sentencia de muerte para la CMQ.

Faltan apenas unos minutos para la una de la tarde y los hermanos Mestre acaban de aplazar indefinidamente la anunciada emisión de la carta abierta a Fidel Castro. Pero no están dispuestos a llamarse completamente a silencio.

A las 13.20, la onda de CMQ se electriza con la lectura de un comunicado, en medio del noticiero, que informa a la audiencia que la revuelta callejera le impidió a Conte

Agüero llegar hasta los estudios y que, por ese motivo, la emisora siente vulnerada su libertad de expresión, exigiendo del gobierno garantías mínimas para poder seguir prestando el servicio, y lo reitera en el noticiero de las seis de la tarde en medio de un editorial aún más duro.

Goar Mestre tiene conciencia plena de que sus horas en Cuba se extinguen. En su casa del Country-club, ordena el contenido de un maletín que lleva al embajador argentino en Cuba, Julio Amodeo.

—Mira, Julio, se acerca la hora —le explica Goar, mientras descarga la valija sobre una mesa—; creo que esto no va a durar mucho más y me temo que voy a tener que salir del país en cualquier momento. Aquí están todas las joyas de Alicia, unas escrituras y algún dinero. Quisiera que me entregaras esto en alguna parte. Ya nos veremos en Miami o quizás en Buenos Aires...

Amodeo, quien apenas dos semanas atrás lo había llamado por teléfono para que le consiguiera un pequeño auto usado para su mujer, por medio de la Vaillant Motors, se sorprende.

—Como no tuvimos tiempo de conseguirle a Paloma el auto que me pediste, te voy a endosar ahora mismo el registro de mi Chrysler, y le dices a tu mujer que es un regalito mío de despedida...

—Pero, Goar, yo de ningún modo puedo...

—Acéptalo, Julio, porque si lo haces, tú me estarás haciendo el favor a mí. La Revolución se va a quedar con todas mis pertenencias, así que te ruego que aceptes el auto, aunque más no sea como préstamo. Y déjame abusar aún un poco más de tu confianza y generosidad, pidiéndote que te ocupes de Alicia y mis hijos, que todavía se van a quedar aquí un par de días más. Tu interés por ellos alejará cualquier tipo de problemas que puedan surgir cuando yo me vaya.

Mestre emprende el camino hacia su casa de Varade-

ro. Si su situación se vuelve insostenible y el acoso gubernamental se torna insoportable, saldrá subrepticamente de Cuba por esa playa. Pero su intención es seguir haciendo una vida normal hasta donde pueda. Y se pliega a su familia que disfruta del sol y de las arenas blancas del balneario más famoso de la isla. Pero al llegar, su mujer lo espera con inquietantes novedades.

—Alberto Hernández Catá —Alicia se refiere al director de CMBF TV, la segunda cadena de TV de los Mestres— ha llamado ya como tres veces desde La Habana y quiere que te comuniques urgente con él.

El sistema de microondas, del que se sirve el Circuito CMQ para llegar con sus emisiones de radio y TV a casi toda la isla, enlaza también a Radiocentro, en un alarde tecnológico para la época y anticipando la telefonía celular, con los autos de Abel, Goar y otros ejecutivos de CMQ, donde quiera que se encuentren y, obviamente, a su casa de Varadero con la capital.

—Hace media hora vino una delegación del Ministerio de Comunicaciones a intervenir la CMBF Televisión Cadena Nacional. Y no me han dejado sacar —se aflige Hernández Catá— siquiera el marco de plata donde tengo la foto de mi hija. Te aseguro que me ha costado bastante esfuerzo convencerlos de que, por lo menos, me permitiesen llevarme la foto.

Hernández Catá, atribulado y tenso, espera instrucciones de su jefe.

—Pues, mira, búscate una linda chica; invítala a tomar un par de whiskies, llévatela a tu casa y pásala lo mejor posible.

Mestre presiente el derrumbe próximo. La humorada suena a despedida.

Ya casi no queda alrededor quien no haya sido aplas-

tado por la aplanadora castrista. Gaspar Pumarejo fue el primero al que le sacaron su Canal 12 y don Amadeo Barletta, el dueño de Canal 2, el diario *El Mundo* y La Ambar Motors, estuvo por perder el pellejo si no se hubiese metido a tiempo en la Embajada de Italia.

Ahora los cañones apuntan directamente sobre los Mestre. La excusa es la participación accionaria en Canal 4 del ingeniero Alberto Vadía, un importante contratista comprometido con el régimen depuesto y que partió de Cuba tan pronto triunfó la Revolución. La intervención del complejo radial y televisivo CMQ es inminente.

Al día siguiente, sábado 26 de marzo de 1960, Mestre persiste en su terapia de sepultar sus problemas bajo la arena blanca y el mar azul de Varadero y se lanza con sus hijos Roberto y Eduardo, en dos botecitos de vela, a navegar. Alicia los hace volver enseguida: agita sin descanso una toalla blanca desde la playa. Y a ellos no les queda más remedio que poner proa rápidamente rumbo a la orilla.

—Ven a escuchar la audición de José Pardo Llada. Ya han hablado de ti como tres veces y están diciendo horrores —informa la señora de Mestre.

Goar sube a la terraza donde lo espera el habitual trago de ron Bacardi con agua tónica.

—El monopolio de la radio y la TV, que tienen los hermanos Mestre —ruge el locutor en los micrófonos de Unión Radio y retumba en el receptor de Goar en Varadero—, es intolerable porque acaparan el negocio y lo utilizan en contra del pueblo.

Suena el teléfono.

—Oye, Goar —es Abel Mestre desde La Habana—, creo que debes venir. Están pasando muchas cosas raras.

El matrimonio Mestre planea sus próximos pasos: los chicos se quedarán todavía un día más en Varadero con *mademoiselle* Lucy, su institutriz francesa. Alicia acompa-

ña a Goar a La Habana. Los conduce, de vuelta a la capital, Ramón, el chofer de absoluta confianza, y se agrega a ellos Alfonso, el mayordomo.

Alicia invita a cinco matrimonios esa misma noche a una reunión muy especial.

—Hay cosas de valor sentimental —se justifica— que no me da la gana que estos tipos se queden con ellas.

Mientras los hombres toman tragos, las esposas, guiadas por Alicia Martín, descuelgan cuadros, los reemplazan por otros menos valiosos y empacan platería y otros enseres que luego llevan hasta el garaje. De a uno por vez, son cargados los autos de los invitados. Cada matrimonio sale sigilosamente, ya entrada la madrugada del domingo 27, sin despertar la atención de los milicianos que enfrente montan guardia en la casa que ha dejado de pertenecer a Nelly, la única hija de Amadeo Barletta. Abel Mestre, quien se indigna por la actitud de Goar y Alicia y consecuente con lo que piensa, no toma precaución alguna con sus pertenencias.

Muchos, en el apuro por salir de Cuba, no han tomado mínimos recaudos con sus propiedades que han sido asaltadas por el gobierno tan pronto quedaron solas. Nora Valencia y Delia Carballo, listas y precavidas, alquilarán, a precio de regalo, las casas de sus jefes a embajadas: las de Goar, a Portugal; la de Abel, a Venezuela; y también la de Luis Augusto, a Ecuador y la de la otra hermana, Mercedes Dora, a Colombia. Creen que el gobierno no osará meterse con ninguna representación diplomática. Y cuando la pesadilla termine —en un par de meses, suponen—, volverán. Pero nada saldrá de acuerdo con lo previsto.

Goar y Abel Mestre disponen una póstuma reunión de directorio en los jardines, bajo una abundante arboleda. No se sienten seguros para hablar ni en el interior de sus propias casas, donde conjeturan que en la servidumbre se esconde más de un delator profesional.

Los jerarcas de CMQ en pleno intercambian opiniones sobre la crucial circunstancia que los envuelve. Están todos los vicepresidentes: Manolo Cores, Arturo Chabau, Raúl López Guiral y René Puig, el único entusiasmado con el rumbo de los acontecimientos políticos.

Las deliberaciones confluyen en una certeza general: Goar tiene que salir del país porque el gobierno no se detendrá hasta ponerlo entre rejas o, quizás, algo peor.

El hombre que le ha impuesto su estilo y febril ritmo durante 17 años a la radiofonía cubana debe emprender una presurosa retirada.

Los vicepresidentes tampoco ocultan su preocupación. En pocas horas tendrán que tomar en sus manos la conducción de la empresa hasta que llegue la intervención.

En Rancho Boyeros, Goar se esfuerza por mantenerse íntegro y despreocupado. Se acerca al mostrador de Cubana de Aviación y confirma los boletos a Miami de sus hijos Roberto y Eduardo. Por si acaso hubiera ojos escondidos observando sus movimientos, intenta demostrar que ha llegado hasta allí solamente para despedir, como en otras ocasiones, a sus hijos que vuelven a estudiar a los Estados Unidos. Al rato, ataca con una pregunta audaz.

—Óyeme, ¿te queda algún lugarcito más?

—¿Para usted, señor Mestre? —el empleado acaba de reconocerlo. Clava sus ojos en los de Goar. Y en ese segundo de silencio, que parece eterno, a Mestre se le aflojan las piernas.

—Sí señor. ¿Tiene usted su boleto y su pasaporte? —a Goar le vuelve el alma al cuerpo cuando el empleado, con discreción, le extiende una ubicación—. Váyase ahora con los muchachos a la sala de espera y despídalos. Cuando vea que ya he despachado a todo el mundo y salgo a entregar los documentos y los papeles del viaje a la tripulación, entonces usted me sigue y lo embarco.

La familia Mestre se apresta nerviosamente a la representación. Goar y Alicia despiden a los niños que forman fila junto con el resto de los pasajeros. Muy pronto la sala queda vacía y, en aquella soledad, el matrimonio y sus hijas Alicia y Any se sienten intimidados. La figura salvadora del empleado de Cubana con una carpeta en sus manos reaparece en el hall. Un beso apurado al resto de la familia que se queda y ahí nomás se lanza a recorrer esos angustiantes 60 metros que lo separan del acceso a la pista. Tampoco pasa nada. Pero no por ello se tranquiliza dentro del avión. La máquina no acaba de despegar y teme lo peor: no sería la primera vez que sacan a alguien de las pestañas un segundo antes del despegue.

Preparativos de la TV

La Habana, 1948

Frente a la aparente imbatibilidad de los Mestre —que disminuyen el dominio de las jaboneras en el negocio radial—, Amado Trinidad y Gaspar Pumarejo piensan, cada cual por su lado, una misma cosa; una idea colosal que deje fuera de combate a la CMQ. Si, por lo visto, es insuperable en materia radial, habrá que probar proseguir los ataques desde otro campo, tal vez más promisorio y al que —lo ha manifestado públicamente— Goar Mestre todavía no se le anima: la televisión.

Trinidad, quien parece decidido a hundirse con todas sus fuerzas, se compromete públicamente a convertirse en el padre de la TV cubana antes de que expire 1948. Y las disculpas con gusto a marcha atrás no tardan en llegar. *Bohemia* recoge su llanto.

—No podré inaugurar la planta de televisión, como tenía pensado. La culpa no es mía. Mis proyectos han sido

torpedeados, por distintos motivos, por fuerzas enemigas: la General Electric, la RCA-Victor y Goar Mestre. De todas maneras, seré el primero en instalar en Cuba una planta de televisión. Alguien tiene que abrir ese nuevo camino, y ese alguien quiero ser yo.

Mestre retoma el juego que más le apasiona: irritar a Trinidad.

—Como entendemos que no nos conviene meternos en televisión ahora, no lo vamos a hacer, pero sí hemos visto con mucho gusto y con gran interés —ironiza— que el señor Trinidad pretenda iniciar transmisiones de televisión en Cuba, pues sería él quien afronte los enormes gastos iniciales que hay que hacer mientras el público adquiere receptores de televisión en número suficiente como para que los anunciantes se dispongan a patrocinar programas de televisión.

En verdad, Goar Mestre ansía ser él quien inaugure las emisiones de TV para Cuba y estudia seriamente el tema con su amigo Emilio Azcárraga. A menudo se los ve por Nueva York entrevistando ávidamente a los técnicos de la General Electric y la RCA. Vuelan juntos a Washington a presenciar las pruebas de TV color organizadas para los miembros de la Comisión Federal de Comunicaciones y se entusiasman con el nuevo medio. Acuerdan inaugurar la televisión en La Habana y en la ciudad de México el mismo día y prometen intercambiarse programas. La industria del cine norteamericano se ríe todavía del nuevo invento, cuyas emisiones regulares han comenzado en los Estados Unidos un par de años antes, en 1939. El estallido de la Segunda Guerra Mundial la mantiene en hibernación hasta 1945 y no logra réditos apreciables. Sus amigos de la Warner tratan de disuadirlo.

—Eso no camina, Goar —le dicen sin el menor sentido de la clarividencia—; la gente quiere pantalla grande. ¿A quién se le va a ocurrir quedarse en su casa mirando una pantalla diminuta?

Goar Mestre y sus hermanos se mueven con extrema cautela. Saben que un inicio prematuro de las transmisiones televisivas podría terminar devorándose el gran negocio que comienza a ser CMQ-Radio. Los datos recabados no les permiten ser optimistas por el momento: en una primera etapa no habría entre el público más de cinco mil receptores, en el mejor de los casos; cifra exigua para los anunciantes y la inversión a realizar no se podría recuperar antes de una década –lapso durante el cual, las ganancias de la radio deberían enjugar los crónicos déficit de la TV– y quizás entonces habría todavía que seguir desembolsando más dinero para darles color a las transmisiones.

Abandonado por sus amigos y hasta por su mujer, el empresario poderoso de Las Villas baja al llano y su nombre se desdibuja en el olvido. Trinidad intentará retornar de mil maneras diferentes y sus nuevos negocios llegarán a entibiar nuevamente su bolsillo, pero el brillo, la notoriedad y la ostentación de poder, ese néctar embriagador que quiere volver a servir en su copa, le será negado para siempre. Ya nadie lo reconoce por la calle; su nombre ya no resuena en la prensa y Goar Mestre emprende nuevas batallas olvidándose de él. Amado Trinidad es apenas un fantasma del pasado.

Aún con su salud quebrantada, al guajiro le queda fuerza suficiente para treparse a lo alto de un árbol de su finca y amarrar el extremo de una soga a una rama que lo resista en la otra punta colgado y apretando su cuello hasta el fin.

Los primeros televidentes

Su lugar no queda vacante. Gaspar Pumarejo, el subalterno rebelado, redobla sus esfuerzos para asestarle a su ex jefe una venganza soberana que le dolerá por el resto de su vida: resuelve convertirse en el pionero de la TV.

En Radiocentro cunde la preocupación porque, a pesar de sus tumbos y desprolijidades, el dueño de Unión Radio consigue el dinero necesario para comprar equipos e instalar una antena de transmisión elemental en el techo de la casa de sus suegros, cuyos amplios ambientes oficiarán de improvisados estudios. Sus viejos patrones, Humara y Lastra, acceden condescendientes a extenderle un crédito y a guiarlo en la adquisición de la maquinaria necesaria para salir al aire. Competidora Gaditana le pondrá otros cuantos billetes en la mano y hasta su mujer, Marta Mestre, apellidada como su enemigo máximo, aunque sin vinculación sanguínea con él, mueve sus influencias y amistades.

En casa de los Mestre apócrifos –esquina de Mazón y San Miguel– Pumarejo arrasa con todo, y sus suegros, alborotados por la posibilidad excitante e inminente de convertirse en anfitriones caseros del primer canal cubano, maldicen secretamente, sin embargo, la invasión de cableríos, aparatos infernales y operarios con los que tropiezan sin remedio.

Los Mestre adivinan la jugada maestra y, apresuradamente, deben rever sus planes. Lo que pensaban investigar y hacer en dos largos años tendrán que efectuarlo, a marcha forzada, en contadas semanas, si no quieren quedar atrás.

Pumarejo, complacido por las corridas de sus ex dueños, induce un cisma en el directorio de CMQ. Ángel Cambó no quiere oír hablar del nuevo medio por nada del mundo.

–Creo que no deberíamos meternos.

Goar ya lo ha pensado todo –construcción en la parte de atrás de Radiocentro de tres estudios de TV y reformas en la galería comercial y en uno de los auditorios para obtener otros dos– y no retrocederá.

–Pues, mira, tenemos que hacerlo, viejo. Verás cómo saldremos adelante en poco tiempo. Además, recuerda que en junta directiva, de la que tú eres miembro, se aprobó el monto de esta inversión. ¿Cómo crees que podamos dar marcha atrás?

Cambó no entiende razones. Alguien le ha dicho que la televisión pierde fortunas en los Estados Unidos y no está dispuesto a que CMQ arriesgue en ella medio millón de dólares.

–Sólo hay una solución: compren mi parte –Angelito, habitualmente hombre alegre y simpático pero de pocas luces, ostenta sus buenos reflejos y cotiza muy alta su partida. El deseo de los Mestre por convertir a CMQ, de una buena vez, en una empresa enteramente familiar allana el camino y los dólares reclamados parten camino a la cuenta bancaria de Angelito.

Los Mestre se lanzan a recuperar el tiempo perdido. Pero ya es tarde: Pumarejo vive sus horas más gloriosas al llenar la pantalla con su propia cara el martes 17 de octubre de 1950. Recibe en cámaras el saludo, lleno de admiración, de estrellas de la farándula que acuden presurosas a adorar al nuevo rey. Una semana más tarde, el 24 de octubre, el presidente de la Nación, Carlos Prío Socarrás, inaugura oficialmente las emisiones del primer canal cubano. Pumarejo acaba de arrebatarse a su poderoso ex amo el título de fundador de la TV cubana.

En la casa de sus suegros todos se apretujan delante de la mágica cámara; los reflectores suben la temperatura ambiente y el improvisado estudio de Unión Radio Televi-

sión Canal 4 se transforma en un pequeño infierno. Allí se ilusionan con la delantera tomada.

Las obras del nuevo edificio lindero a Radiocentro, iniciadas en julio de 1950, asustan en el entorno de Pumarejo. No se imaginan un porvenir venturoso si siguen trabajando en el incómodo living de una casa particular, mientras la principal cadena radial de la isla se introduce en el nuevo medio desde un edificio de cinco pisos, especialmente construido y acondicionado para producir y transmitir TV con nivel profesional.

Dos meses después que Pumarejo, CMQ se le pone a tiro con la transmisión de un juego de pelota desde el Stadium de La Habana. Es el lunes 18 de diciembre de 1950.

Pumarejo intenta poner distancia y correr un par de metros más hacia adelante antes de que su antiguo empleador lo alcance. CMQ se toma otros tres meses antes de iniciar sus emisiones regulares.

El 12 de marzo de 1951, el humilde Canal 4, que hasta el momento no ha levantado vuelo, pasa a un segundo plano. La Habana se llena de corresponsales de *Newsweek*, *Variety*, *Radio Daily* y *Sponsor*. Multitud de artistas y personalidades de diversos ámbitos se mezclan en las flamantes instalaciones de CMQ-TV, Canal 6.

Tras la fastuosa inauguración, los Mestres toman conciencia de que se han echado encima un fardo bastante más pesado que la radio y apuestan fuerte: se proponen no incluir ningún material filmico –salvo los que demande el noticiero para cubrir el panorama internacional– y arrancan con una programación producida íntegramente en estudios.

Se inicia una alocada carrera cada día a las 11 de la mañana, que se extiende frenéticamente y sin tregua hasta la medianoche. Durante 13 horas, el personal y los contratados de CMQ hacen posible Canal 6. Jorge Ignacio Vaillant

dirige *Tensión en Canal 6*, bautismo de fuego para la emisora naciente. Crusellas y Cía., en tanto, pasa a la TV su *Cascabeles Candado* y algunos de sus edulcorados folletines radiales.

CMQ-Radio sostiene económicamente a su hermana recién nacida. Sus ingresos son todavía demasiado escasos, pero pronto importantes anunciantes comienzan a descubrirla.

Regalías El Cuño inyecta en Canal 6 gran cantidad de dinero, haciéndose cargo de un show de variedades musicales que lleva el título, escasamente original, de *Casino Regalías El Cuño* que el éxito transformará en *Casino de la Alegría*.

La estrategia del clan familiar de Radiocentro para la TV pasa por la venta promocional y en cuotas accesibles de la línea de televisores Admiral, con tal de formar rápidamente una cuantiosa teleplatea que les permita elevar las tarifas publicitarias y atraer más anunciantes.

La sombra amenazante del Canal 6 comienza a ensombrecer el sol que entibia el cielo de Canal 4. Los gastos hechos allí no han sido muchos –apenas tiene tres cámaras– y sólo hicieron falta cinco operarios para que la casa de sus suegros, en la Colina Universitaria, tuviese lo mínimo indispensable para salir al aire. Sin embargo, Gaspar no duerme tranquilo porque las deudas comienzan a apretarlo. El embate furibundo del Canal 6 amenaza con robarle su modesta audiencia, atrapada por transmisiones de campeonatos de béisbol, noticieros y su labia intrascendente pero simpática.

Instala televisores en algunos parques y paseos públicos en distintas zonas del país con el fin de vender bonos y obtener fondos para montar su propia cadena nacional de TV, una idea aparentemente brillante. Los resultados son magros y no alcanzan siquiera para cubrir los gastos.

La suerte, una vez más, rescata a Pumarejo de vivir su hora más fatal. Las autoridades facilitarán los medios para sacarlo a flote. Con su bendición, se forma un nuevo grupo en el que confluyen empresarios de cine y de otros sectores. Manolo Alonso será el responsable de liderar la nueva sociedad y de cubrir el fuerte déficit de 1.200.000 dólares que deja, por toda herencia, el pintoresco fundador de la TV cubana.

CMQ por dentro

CMQ adquiere su definitiva mayoría de edad y se convierte en una de las principales empresas del país.

“Hay un mínimo requisito imprescindible para ser conductor de una empresa –reflexiona Goar Mestre–: saber seleccionar a la gente que haga las cosas. Y eso no es tan difícil. Si un tipo parece honesto, inteligente y buena persona, con ganas de aprender y entusiasmo, lo tomamos. Si tiene un 51 por ciento de aptitudes o condiciones positivas, lo adiestramos para que las eleve hasta el 70 u 80 por ciento. Si tiene menos del 50 por ciento, es mejor olvidarlo. Ahora bien, las personas sirven para desempeñar determinadas tareas, pero son completamente inútiles para otras. Lo difícil –y he aquí una de las claves del éxito o del fracaso de una empresa– es ubicar individuos valiosos exactamente en los puestos que mejor puedan servir. Esto no es fácil ni rápido de determinar y a veces requiere de mucho tiempo y observación. Cada persona debe saber con precisión cuál es su función, hasta dónde puede llegar, a quién le reporta y quién le reporta a él. Si estas tres condiciones no se cumplen, la compañía se vuelve totalmente ingobernable.”

Los empleados que más prometen reciben semina-

rios de entrenamiento en administración, *marketing* y programación. Se envía frecuentemente a los jefes más avisados a los Estados Unidos para que profundicen conocimientos y estén al tanto de las últimas innovaciones en las áreas que les competen.

“El conductor de cualquier empresa no puede pretender saberlo todo –piensa Mestre–, sin ir más lejos, yo no sé producir programas. Jamás leí un libreto ni soy un creativo. Pero cuando veo un programa, sé si es bueno o es malo. En consecuencia, siempre he procurado no subirme a ningún pedestal. Quien quiera triunfar en los negocios debe recorrer incansablemente su empresa y, sobre todo, no rehuir al diálogo. En la relación con sus ejecutivos, el jefe máximo debe estar dispuesto a convencer o a ser convencido. Si no se llega a un acuerdo, entonces el de mayor autoridad debe decidir en soledad. Pero, por lo general, en todo diálogo, invariablemente, aparecen las diversas soluciones que pueden dársele a un problema o los distintos caminos que pueden tomarse para lograr determinadas metas. Tras las conversaciones y el intercambio de opiniones sobre la manera de resolver una cuestión concreta, sobreviene un plan de ejecución que debe ser implementado tal cual ha sido previsto, puesto que si no se rompe la cadena de acción. Para que todo esto funcione, el equipo debe sentirse altamente motivado y para lograrlo hay que darles oportunidades a los empleados que las merezcan, haciéndoles sentir que sus aportes son fundamentales para el éxito de la empresa. Yo no soy de dar órdenes; prefiero los pactos, pero me gustan que se cumplan tal cual fueron acordados. Si alguien queda en entregarme un gato negro con un lazo colorado en un lugar a una hora determinada y ambos estamos de acuerdo en eso y en llevarlo a cabo tal cual lo planeamos, no hay forma de fallar. Si en cambio el tipo no aparece, llega más tarde, o lo hace en hora,

pero con un gato gris y un lazo verde, ya la cosa no funciona. Y si ha fallado al compromiso contraído, es mejor que se vaya buscando otro trabajo, porque una empresa donde se reiteran episodios de esta naturaleza termina por hundirse.”

CMQ es el corazón de un sistema mucho más vasto que incluye, además de Radio Reloj y CMBF, algunas otras empresas que nada tienen que ver con el ámbito de los medios. Además de comercializar populares productos alimenticios, conservan la droguería instalada por su padre don Luis Mestre en Santiago de Cuba, ampliada con sucursales en Camagüey, Cienfuegos y La Habana y ya convertida en la más importante del país, además de una agencia de publicidad.

Dominan, asimismo, el rubro de las instalaciones centrales de aire acondicionado con Carrier y compiten decorosamente en el mercado de los televisores y heladeras con Admiral. Amigos de la diversificación total, los hermanos Mestre organizan la programación de un par de salas cinematográficas y arriendan el cine Arenal. La revista *Semanario* plantea estos movimientos en términos de monopolio. “La fuerza centrífuga de la turbina Mestre –afirma– mueve un próspero imperio.” El público que forma fila para ver el último estreno cinematográfico no imagina que los chocolatines y golosinas que se venden en el hall de cada sala también provienen de otra empresa del grupo: Cine Dulcerías.

Con las emisoras de radio y TV más importantes de Cuba en sus manos, Luis Augusto, Abel y Goar buscan la consolidación a través de la creación de Microondas Nacionales. Infatigables, avanzan en todos los flancos sin dejar resquicios.

El competidor calabrés

La Habana es el paraíso de los negocios. Los norteamericanos vuelcan sus dólares en grandes cantidades sobre la isla, y Mestre ya amenaza con desembarcar en otras plazas latinoamericanas más desguarnecidas.

Amadeo Barletta es un calabrés, temperamental y simpático, que nada en millones, fortuna que viene amasando a su paso por distintos países. Cuando, cierta vez, Trujillo se le fue al humo en Santo Domingo por asuntos de negocios, Barletta se defendió con munición gruesa: su íntimo amigo, Benito Mussolini, estacionó amenazante un barco de guerra en la bahía de Santo Domingo. Luego saltó a Cuba y representó a la General Motors, pero su amistad con el *Duce* y otros jerarcas del Eje terminaron por jugarle en contra en La Habana, donde soplaba con fuerza la causa aliada. Ensayó entonces mudarse un tiempo a la Argentina, donde pudo ponerse al tibio reparo de los militares germanófilos que la gobernaban.

Mestre, quien también está metido en el negocio automotor, no quiere problemas con Barletta, pero no logra evitarlos. Comete el fatal error de calificarlo de viejo y pasado de moda y el calabrés despechado pone el grito en el cielo.

—En seis meses más los Mestre no venden un solo Buick, pero además en un año tengo un canal con más audiencia y recaudación que la CMQ.

Barletta se busca socios poderosos y se alistan tras él Humara y Lastra, los distribuidores en Cuba de la RCA; el doctor José Ignacio Montaner —subdirector del diario *Información*— y nada menos que Ángel Cambó, el ex socio de los Mestre en CMQ, quien también resulta atraído por la nueva aventura. Como si esa delantera no fuera suficientemente poderosa, revolotea desesperado Gaspar Pumarejo,

quien ve una oportunidad sin igual para llevar a cabo su nunca concretado plan de destrucción de la dinastía Mestre. Su sueño, en realidad, va mucho más allá: pretende que la compañía televisiva de Barletta –Telemundo– se haga cargo del agonizante Canal 4 que él fundó, quebró y quiere sacarse de encima. Barletta, incauto, compra la idea y carga también con el desdichado canal decano.

No conoce a fondo las claves del negocio, y sólo entra en él por despecho. Finalmente no podrá seguir adelante y rendirá su plaza. Cuando, por fin, decida replegarse a su diario *El Mundo*, su fallida *vendetta* le habrá costado cerca de cinco millones de dólares.

Vía satélite

El pasaporte al estrellato de CMQ-TV se consolida a fuerza de insistir con el tema que más pasión despierta entre los cubanos: el béisbol.

–Si pudiésemos poner la Serie Mundial en nuestra pantalla tan rápidamente posible como la técnica lo permitiera –piensan los Mestre–, tendríamos el *rating* asegurado.

Los partidos son en octubre todos los años en distintas ciudades estadounidenses y no hay forma de transmitirlos directamente por TV a Cuba. Surge una primera solución: los juegos de 1951 se registran en películas de 16 mm. Reveladas de inmediato en un canal de Miami, los motociclistas de la policía les abren paso a los apurados técnicos de CMQ que corren con el material conseguido hacia el aeropuerto local. En la pista se abalanzan sobre el Caza de la fuerza aérea cubana que, con sus motores bramando, levanta vuelo sobre el mar Caribe hacia La Habana, en cuya estación aérea también todo está dispuesto para que las va-

lios filmaciones sigan su paseo febril hacia Radiocentro sin incómodas interrupciones. Todo sea para que CMQ pueda poner en la pantalla de Canal 6 los benditos juegos con apenas dos horas quince minutos de retraso desde su terminación. Un alarde para la época, pero en Radiocentro hay quienes ya piensan en embarcarse en un desafío mayor e inédito. Un día se le ilumina la cabeza al ingeniero jefe de CMQ, Raúl López Guiral, con una arriesgada idea.

—Señor Mestre, al ingeniero Enrique Valdés Pagés se le ha ocurrido algo y lo queremos consultar. La RCA acaba de sacar un transmisor de diez vatios...

Se trata de cargar el aparato en un avión que desde el aire recoja la señal de la emisora que transmite el evento en Miami y la envíe a Matanzas, desde donde la señal seguiría viaje, cien kilómetros más por tierra, hacia La Habana, vía microondas.

El vicepresidente de la Compañía Cubana de Aviación, Juan Manuel Pallí, no sólo presta uno de los aparatos de su flota sino que permite, además, que le **hagan** dos agujeros, uno en la parte superior y otro en el piso, para colocar allí las antenas receptora y transmisora.

El 29 de septiembre de 1954, el Douglas C-46, convenientemente equipado —en su interior los técnicos de CMQ ajustan un equipo electrógeno a nafta, dos televisores, el pequeño transmisor de RCA de 10 vatios adquirido por 14 mil dólares y las antenas necesarias— inicia su extraño recorrido; lleva la consigna de mantenerse en el aire a gran altura, describiendo un enorme número 8 sobre el Golfo de México hasta que el partido termine. La euforia dentro del aparato estalla cuando el técnico Ricardo Castillo, desde la repetidora de CMQ en Matanzas, confirma que recibe con gran nitidez la transmisión propalada por el Douglas en operaciones. La señal generada en la estación WTVJ Canal 4 de Miami es captada por la antena receptora del avión y de allí viaja directamente hasta la planta de Matanzas. Lo

demás es sencillo: en suelo cubano la imagen y el sonido capturados se esparcen por microondas por cuatro provincias clave, la propia Matanzas, Pinar del Río, Santa Clara y La Habana, la más importante.

Variety, la revista del espectáculo más famosa del mundo, percibe rápidamente la trascendencia de la proeza aérea y técnica de la gente de CMQ que, sin proponérselo, inaugura la era de las transmisiones vía satélite.

Pumarejo, en color

Pumarejo, nuevamente en soledad, hierve pensando en un nuevo golpe de efecto que deje a los Mestre fuera de combate. Acuerda con los ejecutivos del Hilton Internacional, que construyen enfrente de la sede de CMQ un impresionante hotel, poner en la terraza, ubicada en el piso 20º, la antena y el transmisor de un nuevo canal –el 12– que tiene en mente.

Las obras de construcción del Habana Hilton avanzan y superan en altura a Radiocentro, proyectando sobre su edificio una sombra amenazante que perjudica sus transmisiones.

En Arroyo Arenas, a unos quince kilómetros de La Habana, en medio de un pintoresco paraje serrano, los Mestre levantan una enorme torre a prueba de huracanes e instalan tres nuevos transmisores RCA de 10 mil vatios cada uno. Con Televilla, la amenaza de Pumarejo queda conjurada.

Ofuscado por las novedades, contraataca: “Los Mestre van a convertirse en un Estado dentro de otro Estado, con más poder, si nos descuidamos, que el propio gobierno”.

Aún no se ha enterado de lo peor. Goar Mestre emerge una vez más por la pantalla de CMQ y explica que el tras-

lado de los transmisores de los canales 4, 6 y 7 a Televilla obligará a los televidentes a reorientar sus antenas, una operación muy sencilla –asegura– que, con un poco de cuidado, hasta pueden realizar por sí mismos, subiendo al techo o a la terraza de sus casas y dándoles, mediante un leve movimiento, la dirección adecuada.

La reorientación de antenas perjudica, de paso, al canal de Pumarejo, que transmite desde una zona alejada de Televilla.

Las transmisiones desde Arroyo Arenas comienzan el 1º de setiembre de 1956, y Pumarejo realiza ingentes esfuerzos para que el Ministerio de Comunicaciones obligue a CMQ a volver a transmitir desde Radiocentro.

Y mientras Goar Mestre desaconseja la instalación de la TV color, Pumarejo inaugura como puede las emisiones cromáticas el 10 de octubre de 1957.

En CMQ habían estudiado a fondo el tema y, cuando vieron que comercialmente su futuro todavía era más que incierto, no dudaron en postergar su lanzamiento. En los Estados Unidos, la TV color había comenzado en 1953 y su desarrollo, cuatro años después, todavía se presenta débil. Sólo la NBC colorea su pantalla apenas una hora y media diaria y, en verdad, el resultado no es muy bueno.

Pero Pumarejo está dispuesto a quemar sus naves con tal de triunfar. Busca un perfil distinto y novedoso y manda las cámaras de su Canal 12 allí donde se produce algún acontecimiento social de relieve. Y eso le basta para mantenerse lánguidamente, sin pena, pero tampoco con gloria. Como animador se llena los bolsillos de dinero con extrema facilidad, pero lo pierde su desorganización, su inclinación al derroche, su empecinamiento en convertirse en empresario.

Sus obsesivas advertencias públicas acerca de que el clan familiar de CMQ intenta absorber Canal 4 llegarán

finalmente a hacerse realidad. Radio Televisión Nacional jamás logra revertir su fragilidad como empresa y sus quebrantos se incrementan hasta hacerse insostenibles.

El 19 de febrero de 1957, Canal 4 expira luego de una larguísima agonía, pero la emisora decana resucita, al poco tiempo, en las manos más poderosas del grupo Mestre. Con tres canales de TV en La Habana —el 6 (CMQ, en un 100 por ciento), el 4 (CMBF, en cerca del 60 por ciento) y el 7 (CMBA, en poder del 100 por ciento de las acciones)—, Goar Mestre se decide a jugar y a experimentar con sus emisoras más nuevas.

Mensualmente pasan por sus estudios cientos de artistas y sólo en sus dos programas más vistos —*Casino de la Alegría* y *Jueves de Partagás*— se gastan 50 mil dólares para salir al aire. No teme al Canal 12 del persistente Puma-rejo ni tampoco le quita el sueño Canal 11 (Televisión Habanera), a pesar de que la NBC incida en la programación.

Mestre cree sinceramente que muchos de los programas que transmite “son tan buenos o mejores de los que a diario se ofrecen por las principales emisoras de los Estados Unidos”, pero les dice no al ombligo de la *vedette* Tongolele, a los escotes provocativos de Maritza Rosales, a los besos apasionados de Carlos Amador y al mambo sensual y provocativo. “Más importante que poner programas en el aire ha sido todo lo que he evitado que se transmitiese” —se ufana— y mantiene a sus ondas tan asexuadas que hasta no parecen caribeñas. Y, sin embargo, son las más exitosas.

“No acepto programas que mis hijos no puedan ver” —dice—, y en su casa no hay uno sino cinco televisores.

No parece muy compatible el trabajo que se ha elegido con sus costumbres austeras y conservadoras. Todos los días debe zambullirse en un mundo donde las tentaciones adquieren formas concretas de bellas actrices, suculentas bailarinas e impactantes aspirantes a lo que venga.

“Pero no me metí jamás con la farándula –asegura–; y eso no es fácil porque hay que tener un control y una disciplina muy grandes. Ocurre que distintos negocios requieren distintas materias primas y, en el caso del negocio de radio o de TV, la materia prima principal está conformada por artistas. Si uno se deja involucrar sentimental o sexualmente o de cualquier otra manera con ellos, pierde la autoridad moral, el control y la sangre fría que debe tener para seguir manejándose con equilibrio.”

Canal 4 o competir contra sí mismo

CMBF-Cadena Nacional tiene vida propia e independiente de CMQ-TV. No es una emisora afiliada a su red y pertenece a una empresa especialmente creada, Radio Universal S.A. Mestre la echa a rodar con un par de series, –*Boston Blackie*, *El Cisco Kid* y *My Favorite Story*– sugeridas por Benigno Nosti, el experto de CMQ en materia de productos filmicos. Mestre quiere –como Emilio Azcárraga, Billy Phelps, propietario de Radio Caracas TV, y Ángel Ramos, pope de Telemundo en Puerto Rico– controlar la circulación internacional de largometrajes y series, incidiendo en el negocio y consiguiendo mejores precios.

Irá al frente de CMBF-TV Alberto Hernández Catá, publicitario y abogado, amigo de años, con quien lo une una coincidencia no muy común en Cuba: ambos están casados con argentinas.

–Vas a dirigir una cadena de TV –le dispara Mestre.

Hernández Catá lo mira entre incrédulo y asombrado.

–Estás loco; yo no sé nada de eso.

–No tienes por qué saberlo –lo tranquiliza Goar–; te voy a poner un teléfono directo y cada vez que necesites algo me llamas y te entiendes nada más que conmigo. Te voy

a ayudar a competir con CMQ-TV. Cuando hable con mi gente de CMQ-TV, será para reventarte a ti. Cuando hable contigo, va a ser para reventar a CMQ-TV. Me voy a divertir mucho. CMBF se convierte en el segundo canal más visto de Cuba, cuatro o cinco puntos por debajo de la imbatible CMQ donde alguien festeja secretamente ambos triunfos.

El aún vacante Canal 7 (CMBA), por el momento, sólo transmite un par de horas gracias a los materiales cedidos por algunas embajadas.

No parece posible que ese hombre de visión tan estrictamente comercial –“Nosotros le vendemos al cliente hasta la sonrisa que le damos”–, que sintetiza sus acciones en una frase concluyente: “Vender para vender y vender para volver a vender” y que tan tajantemente se ha cansado de reiterar que “la radiodifusión no es un vehículo de cultura, sino de entretenimiento e información”, se interese en que el Ministerio de Educación elabore un plan de programas escolares equipando 14 mil aulas, ubicadas en zonas rurales, con aparatos de TV. Luego él pondrá gratuitamente a disposición del Estado –que no cuenta con emisora oficial alguna– su Circuito CMQ-TV, todas las mañanas entre las 7 y las 12 y hará factible la producción de los programas pedidos.

Mestre marcha hacia el Palacio Presidencial con el fin de detallarlo e instrumentar los pasos a seguir. Fulgencio Batista lo espera.

Hacia el exilio

La Habana, 27 de marzo de 1960

Goar suspira más tranquilo al despegar el avión, aunque lo aflige no saber cuándo volverá a La Habana.

Esa misma noche, Fidel Castro pronuncia una arenga por TV contra la campaña anticomunista de Luis Conte Agüero desde CMQ. Pero se cuida muy bien de atacar a los Mestre. Es como si quisiera dar tiempo a que todo el clan familiar de Radiocentro abandone el barco sin violencias. Pero el gobierno toma una medida inequívoca: congela las cuentas bancarias de Goar y Abel Mestre.

Al día siguiente, la secretaria de Abel ubica a Alicia en casa de unos amigos suizos donde ha ido a dejarles en custodia un baúl lleno de manteles y ropa de cama.

—Alicia —le dice su cuñado—, te están esperando a jugar bridge en Santiago de Las Vegas... —es un mensaje en clave, cuyo verdadero sentido es “debes irte ya”.

Santiago de las Vegas queda en las inmediaciones del aeropuerto y Abel le aconseja abandonar el país de inmediato. Su propia esposa y sus tres hijos también se encuentran empacando para irse. Y otro tanto ocurre en muchas otras casas hasta tomar la forma dramática de un éxodo gigantesco y silencioso que el régimen observa primero con una sonrisa socarrona y luego con preocupación hasta, finalmente, pasar a la acción con una medida extrema: cerrar las fronteras.

Cuando la tarde cae sobre La Habana, el martes 29 de marzo, Alicia y sus dos chicas, custodiadas por un secretario de la Embajada argentina, toman un avión rumbo a Miami.

¿De qué vivirán Mestre y su familia ahora que han vuelto a fojas cero?

A partir del momento en que Fulgencio Batista, en 1952, volvió a usurpar el poder, Goar y sus hermanos habían comenzado a girar dinero a los Estados Unidos.

Ahora echará mano a un fondo de cerca de un millón de dólares que, en principio, estaba dedicado exclusivamente a financiar los costosos estudios de sus hijos en

USA. Su primer movimiento en Miami cubrirá necesidades mucho más básicas: ir a una farmacia y comprar cepillo de dientes, crema dental y máquina de afeitar, tal el apresuramiento, y sin equipaje, con que salió de Cuba.

Luego de reponer energías en Palm Beach, se propone conquistar América latina. Y ya ha elegido su futura base de operaciones: Buenos Aires.

Mientras tanto, en La Habana, el imperio Mestre se deshace por dentro. Y Abel Mestre en soledad defenderá hasta que le digan basta lo que ya está definitivamente perdido.

El jueves 31 de marzo Canal 6 pone en el aire una nueva edición de *Ante la prensa*, el muy visto programa semanal de entrevistas que ha copiado de la NBC.

Abel, responsable desde siempre de elegir al invitado de cada emisión, aferra nervioso un manojo de hojas e ingresa al estudio donde ya comienza el programa. Sorprende a todos al sentarse frente a las cámaras, que lo apuntan e intimidan. Se enciende la luz roja, se echa para adelante y suelta su inesperado discurso.

Con gran sorpresa para los televidentes y para los hombres del gobierno, que siguen la emisión, Abel Mestre detalla “los acontecimientos que se precipitaron a raíz de la campaña que Luis Conte Agüero venía librando en su programa contra lo que consideraba una actividad del comunismo en Cuba, contraria a los intereses de la Revolución”.

Los desórdenes en torno de Radiocentro, la intervención de Canal 4, los rumores en el mismo sentido respecto de CMQ y, finalmente, el congelamiento de su propia cuenta bancaria y la de su hermano Goar también forman parte de su descarnada despedida.

Abel Mestre fija sus ojos en la cámara para rechazar “con toda energía los comentarios insidiosos”.

—Nuestros negocios —amplía— se han desenvuelto

siempre por cauces estrictamente legales, sin manejos turbios de ningún género ni entendimientos inconfesables de ningún tipo. Heredamos de nuestros mayores un nombre muy limpio, limpio lo hemos conservado y limpio pensamos preservarlo hasta el fin de nuestros días. A quien pretenda demostrar lo contrario –advierte–, le dejamos la responsabilidad de probarlo.

Remonta, luego, la historia de la empresa. “Nunca –subraya– hemos tenido conflictos obrero-patronales de extraordinaria importancia.” Y califica el congelamiento de las cuentas bancarias como “una situación enojosa y delicada que exige, desde luego, pronto y cabal esclarecimiento”.

Acto seguido, efectúa el anuncio más conmoviente de su disertación: su retiro y el de su hermano Goar “de la dirección activa de la empresa, mientras duren tales investigaciones y hasta que resplandezca la verdad más allá de toda duda posible”.

Los ojos enturbiados de Abel Mestre abandonan la pantalla de ese Canal 6 que ya siente ajeno. Miami lo espera. No sabe cuánto durará su ausencia, pero está seguro de que no será por mucho tiempo. Sale del aeropuerto de Rancho Boyeros. El régimen castrista no se atreve a tocarlo. El destino, en cambio, será mucho más cruel: jamás volverá a Cuba.

Batista, el supremo

La Habana, 1952

Batista y Mestre se intercambian protocolares ponderaciones, pero en el fondo se desprecian mutuamente. El general está irritado y con razón: hace años su interlocutor evita porfiadamente tentadores señuelos. Siempre a través de terceros, le ha prometido poner en sus manos la cons-

trucción de importantes obras públicas, como para hacerse millonario varias veces con sólo decir que sí y dejar caer unos cuantos cientos de miles sobre él. Y sin embargo, el “todopoderoso” nunca consigue más que cordiales excusas y un tratamiento, por parte de CMQ, que está lejos de ser todo lo obsecuente que él quisiera.

Mestre ve con pesimismo el presente y el futuro de Cuba. Pero su inclinación a seguir poniendo en marcha nuevas ideas y negocios, a pesar de las bombas, los disturbios y los tiroteos, es más fuerte que el marasmo imprevisible que comienza a rodearlo. Más le valdría llamarse a silencio y tratar de pasar inadvertido hasta que las aguas se calmen. Pero no puede y se conforma, únicamente, con portar en el bolsillo interior de su saco, una pistola que apenas sabe usar, un pasaje abierto a Miami y el pasaporte para poder salir del país de inmediato, en caso de que su libertad –o su vida– peligren excesivamente.

La memoria de Mestre retrocede y recuerda las turbulencias de años anteriores que están por desembocar en algo aún más impensado. El primer fantasma del pasado que lo asalta es Eduardo Chibás.

Suicidio en el aire

Con tantos negociados y hombres corruptos en el poder, a Eduardo Chibás –un moscardón que sobrevolaba con persistencia policial la vida pública de los ‘40 en busca de material para sus resonantes denuncias– no le alcanzaba la saliva para salpicar cada domingo por la noche los micrófonos de CMQ Radio.

Su prédica enfática y a veces revulsiva le fue acercando una audiencia creciente. Pero los Mestre no pudieron gozar de tamaña alegría porque la gravedad de sus di-

chos los hacía temer lo peor. Y era inútil reeducar a tan extravagante individuo. Parecía manso e inofensivo –y hasta digno de compasión por su extremada miopía que sus gruesas gafas no le aliviaban, a juzgar por el tiempo y el esfuerzo que le demandaba descifrar un papel escrito– pero se volvía un energúmeno sin freno en cuanto su espacio comenzaba. Su verborrágico brote, por lo general, debía ser tronchado por el operador de turno para dar paso a los programas siguientes, lo que motivaba automáticamente el taponamiento de las líneas telefónicas de Radiocentro con llamados de radioescuchas exaltados.

Francotirador peligrosísimo, pasaba del amor al odio con extremada facilidad. Los auténticos lo comprobaron en carne propia: lo aplaudieron sin descanso mientras tuvo a maltraer al anterior gobierno de Grau San Martín, y la luna de miel prosiguió un tiempo en los albores de la presidencia de Prío Socarrás. Pero tan pronto comenzó a pegarles a ellos, pasó a convertirse en el enemigo público número uno y, por carácter transitivo, también la CMQ fue puesta en la mira.

Su apetencia por el poder era indisimulable. Aspiraba a la presidencia de la República y llegó a ser senador por el Partido Ortodoxo. En el camino fue obligado, más de una vez, a recalar en las inhóspitas cárceles cubanas. El castigo funcionaba más como un aliciente para aumentar el voltaje de su incontinencia verbal que para silenciarlo.

–A continuación –anunció una vez el locutor de turno– se escuchará la palabra del dirigente de la rama juvenil del Partido Ortodoxo, Fidel Castro–, y Eduardo Chibás asintió con orgullo las palabras de su alumno más aventajado, un todavía ignoto abogado recién recibido, defensor de presos políticos, obreros y campesinos.

Goar Mestre escuchó la audición cierto domingo fatídico de julio de 1951 desde su casa del Country-club. El programa, como de costumbre, había rebasado su horario ha-

bitual. Hablaba Chibás de despertar, de una vez, la conciencia del pueblo cubano y parecía poseído por una extraña emotividad. Y en medio de aquella oración cívica, pronunciada con tanta unción, la transmisión se cortó abruptamente.

—¡Pero qué bárbaros! —bramó Mestre en la intimidad de su hogar—, ¿cómo lo cortan en un momento así? ¡Nos van a quemar Radiocentro!

Intentó comunicarse telefónicamente con su empresa, pero el conmutador de CMQ, exhausto, era una caldera hirviendo y no daba abasto para contener más llamados. Chibás acababa de pegarse un tiro y sólo sobreviviría un par de horas.

Cuba vivía de un susto en otro. Batista había dado su golpe de gracia en la madrugada del 10 de marzo de 1952. Cesaron repentinamente las transmisiones de CMQ y Radiocentro fue tomado militarmente. “La sensación de fuerza que da tener entre manos medios tan poderosos como los nuestros —piensa Mestre— es efímera frente a una metralleta y se diluye por completo cuando a uno lo sacan del aire.”

Aquel día, a los tres hermanos, reunidos en la oficina de Abel, se los veía desanimados. Luis Augusto parecía atacado de un repentino dolor de cabeza y se pasaba la mano sin demasiada convicción.

—Batista, ¡qué hijo de puta!, ha desgraciado a este país —Cuba acababa de quebrar ocho años de normalidad democrática.

En las primeras horas posteriores al golpe, Batista parecía no haber encontrado mejor entretenimiento que mortificar cordialmente a Abel Mestre.

—¡Qué bien nos vino Radio Reloj para tomar el poder! —se regocijaba sin pudor en medio de una recepción el jefe triunfante, aposentado en el Campamento Militar de Co-

lumbia. Sus efectivos, antes de iniciar la rebelión, habían puesto sus relojes en hora según la emisora de los Mestre.

Fidel: presentación en sociedad

Fidel Castro, quien había aspirado inútilmente a una senaduría por el Partido Ortodoxo, vio que su destino de político convencional se tronchaba con el golpe militar del 10 de marzo.

Era carnaval y en Santiago de Cuba corría ya 1953. Lejos de allí, muy temprano, en la mañana del 26 de julio, Goar Mestre cabalgaba plácidamente con su caballo Emperador por Arroyo Arenas, cerca de los transmisores de CMQ, CMBF y Radio Reloj, en compañía de su hijo Roberto, subido a un pony, y de su hermano Abel.

Sobre el mediodía, el cuidador Morales los recibió con la novedad.

—¿Se enteraron de lo que ocurrió?: hubo jaleo en Santiago de Cuba. ¡Atacaron el Cuartel Moncada! Parece que un grupo de jóvenes encabezados por un tal Fidel Castro asaltaron la guarnición, pero no pudieron tomarla y hubo muchos muertos.

Los que lograron salvar el pellejo, como Castro, huyeron hacia la montaña. Las furiosas huestes de Batista se lanzaron frenéticamente a la búsqueda. Tras su captura, el régimen decidió guardarlo, sin más trámite, en alguna de sus oscuras prisiones. Y como pasaron varios meses sin que esa situación variase en lo más mínimo, se temió lo peor. Pronto la presión de la calle se hizo intolerable. El fracaso militar del 26-J se había transfigurado en un resonante triunfo de difusión.

La causa de Fidel ocupaba, para bien o para mal, creciente espacio en la prensa. Su autodefensa enfática y ver-

borrágica despertó simpatía. El acusado se transformó en acusador y calificó al jefe de Estado de criminal y ladrón en un alegato de cinco horas interminables.

—La historia me absolverá —profetizó al final de su océano verbal y de paso acuñó una frase destinada a la celebridad.

Salvo el benigno juez Manuel Urrutia, quien parecía inclinado a perdonarlo, el resto del tribunal lo condenó a quince años de reclusión en la Isla de Pinos.

CMQ estaba al rojo vivo. Los programas periodísticos parecían polvorines a punto de estallar y Abel Mestre —responsable de esa área— se enredaba frecuentemente en discusiones sin fin con funcionarios que lo llamaban por teléfono o lo convocaban a sus despachos.

El país necesitaba cuanto antes —y CMQ también— un borrón y cuenta nueva que distendiera los ánimos. Los Mestre decidieron apuntalar con sus medios la causa de la amnistía. Y tanto batallaron por ella, en conjunción con otras publicaciones y emisoras, que el clamor popular hizo lo demás y el régimen castrense, a regañadientes, accedió por fin a soltar a sus presos.

Pocos días más tarde del 15 de mayo de 1955 —fecha en la que, después de 22 meses de cautiverio, Castro recuperó su libertad—, el juvenil y ya conocido líder revolucionario se dirigió una mañana resueltamente hacia Radiocentro. Cuando Delia Carballo le anunció a su jefe, Abel Mestre, que en la recepción se hallaba Fidel Castro con intenciones de verlo, el jefe máximo de los noticieros de CMQ apenas levantó la mirada de sus papeles.

—No atiende a gangstercitos —dijo.

La secretaria de Abel salió desconcertada en busca de su compañera Nora Valencia.

—¡Señor Mestre! —afligida e implorante, Nora se plantó frente a Goar—, ¿sabe quién está en la recepción? ¡¡¡Fidel

Castro!!!, pero su hermano no lo quiere atender...

–¿Y qué quiere que yo haga? –inquirió divertido Goar Mestre.

–¡Que lo reciba usted!

Guayabera blanca, rostro aniñado y prolijamente afeitado, Fidel accedió al despacho.

–Señor Mestre –Castro ocupó con respeto su asiento frente al escritorio–, el motivo de mi visita es agradecerle todo lo que hizo la CMQ por la amnistía y mi liberación...

–Lo hemos hecho con mucho gusto porque ha llegado la hora de deponer antagonismos y... –Mestre se internó en frases elocuentes que Castro asentía disciplinadamente con su cabeza y sin interrumpir. Sólo cuando el pequeño discurso inflamado de Goar llegó a su fin, se atrevió a retomar la palabra.

–Señor Mestre, quisiera aprovechar esta oportunidad que tengo de saludarlo y, ya que lo considero una de las personas mejor informadas del país, pedirle un consejo. Tengo algunos amigos en México que me aconsejan que me vaya cuanto antes porque aquí mi vida corre peligro. Hay otros, en cambio, que son de la idea de que me tengo que quedar. ¿Qué cree usted que debo hacer?

–Mira, Castro, yo me inclino a estar de acuerdo con los que te dicen que te vayas a México –razonó Mestre, en tanto buscaba una frase impactante que sintetizara su opinión y por fin la encontró–; aquí tu cabeza ya huele a pólvora. En tu lugar me iba sin ninguna duda.

Mientras el régimen, en efecto, pensaba en deshacerse de Castro llenándole la cabeza de pólvora, como presumía Mestre, aquél apuró su salida rumbo a México, como exiliado político, el 7 de julio de 1955.

Hacia Sierra Maestra

A fines de setiembre de 1956, Fidel Castro adquirió en 15 mil dólares el yate “Granma”. El 25 de noviembre la precaria nave partió de las costas mexicanas, rumbo a Cuba, con 82 hombres a bordo y por él capitaneados.

El desembarco, en zona pantanosa, con manglares y arbustos espinosos, no pudo ser peor. Los aviones del gobierno ya efectuaban vuelos rasantes de reconocimiento sobre la provincia de Oriente. Cuando, después de tres días de marcha forzada, los guerrilleros se dejaron caer extenuados cerca de la colonia Alegría del Pío, el ejército les cayó encima. A partir de allí no les dio tregua hasta diezmarlos gravemente a sangre y fuego. Las lluvias de metralla escupidas desde el cielo, los movimientos de pinza de las tropas terrestres y el desánimo que invadió a los irregulares indicaban que Batista, en pocas horas, terminaría con la aventura juvenil de Castro y sus amigos.

Sólo 12 de 82 salvaron su pellejo, y por cada uno de ellos había mil hombres dispuestos a exterminarlos. La docena de sobrevivientes —entre los que sobresalían Fidel y Raúl Castro, Camilo Cienfuegos, Huber Matos y Ernesto Guevara— ayudados por campesinos, escalaron hasta casi la cima del Pico Turquino, el más elevado de la Sierra Maestra, en el corazón de la provincia de Oriente, y allí, maltrechos, se juramentaron, pese a todo, seguir adelante.

Algunos empresarios como Goar Mestre empezaron a admitir la posibilidad de que aquellos arrojados jóvenes, convenientemente financiados, podrían desalojar a Batista y reimplantar la democracia.

A partir de que el poderoso *New York Times* se interesó en el fenómeno —a través de una impactante serie de artículos firmados por el periodista Herbert Mathew, quien se pasó un par de días en el campamento guerrillero—, el

mundo entero fue paulatinamente volviendo sus ojos con creciente curiosidad hacia Cuba. La batalla de la difusión ya estaba ganada. La información que las agencias de noticias esparcían por los cinco continentes hablaba de un grupo de valerosos jóvenes idealistas y democráticos enfrentados a una jauría castrense, sanguinaria y corrupta.

CMQ, infiltrada

—Goar, estoy contentísimo porque al fin logré que mi gobierno le venda aviones caza a Batista... —el embajador de los Estados Unidos en Cuba, Arthur Gardner, en cierta ocasión creyó introducir una noticia grata en medio de una cena que Mestre brindaba en su casa a varios importantes personajes.

—Pues, me parece un desastre —Goar se fastidió— que el gobierno norteamericano esté apoyando a un sinvergüenza como Batista...

—Pero, Goar, ¡estos tipos de la Sierra son comunistas!

—Por favor, no me vengas con esos cuentos.

—Estamos muy preocupados, Goar, porque aquí tenemos una lista de comunistas que tienes trabajando en tu empresa.

Mestre, sin sorpresa, repasó la nómina.

—A algunos los conocemos, pero déjame echarle un vistazo.

—Revísala nuevamente con cuidado —volvía a la carga su amigo Thomas Crain, primer secretario de la Embajada.

—Okey, pero te diré lo que pienso de esto. Creo que no podemos obligar a los comunistas a sumergirse, que es mejor saber dónde están y tenerlos en la mira. Además, los tipos tienen que comer y si nosotros los echamos y otros no los toman, ¿qué hacen? No olvides que el propio Batis-

ta legalizó el Partido Comunista en 1940. Y ahí tienes tipos como Enrique González Mántici que es comunista, de acuerdo, pero es uno de los mejores directores de orquesta de Cuba y lo tenemos nosotros, ¿qué hay con eso?

René Puig, el vicepresidente a cargo de Personal, es la autoridad máxima a la hora de tomar nuevos empleados. Pero había un detalle que los Mestre todavía desconocían: el corazón ideológico de Puig también estaba a la izquierda, y sus recomendaciones para nombramientos de personal casi siempre apuntaban a individuos de ideas similares.

El régimen jaqueado

La solidez de CMQ –dominaba los primeros veinte puestos del *rating*– contrastaba con la situación del país. Cuba transitaba ya el principio de una no declarada guerra civil. A los crímenes de la dictadura, se sumaban ahora los atentados salvajes de la guerrilla.

El 13 de marzo de 1957 un camión de reparto que simulaba llevar flores se estacionó ante la puerta de servicio del Palacio Presidencial. Pero no bajaron mensajeros con flores sino la muerte en persona. En su fulminante aparición saludó a la guardia presidencial convirtiéndola en despojos. Luego corrió frenéticamente, escaleras arriba, para abrazar al general Batista. El grupo comando del Movimiento 26 de Julio se desorientó en el tercer piso y no dio con la presa buscada, aun cuando presentían su cercanía. La retirada se hizo imprescindible y una salva de tiros cayó sobre los atacantes en su huida. Los terroristas estaban dispuestos a fatigar nuevas emociones en Radiocentro. Subieron hasta el cuarto piso en busca del control central de la radio. Se adelantó uno, con su cara semicubierta y metralleta en mano, hasta la mampara de vidrio, haciéndole

un ademán al operador para que se tirase al suelo. El estruendo a repetición precipitó una lluvia de astillas hasta depositarse sobre el piso como una brillante alfombra.

Nadie nunca se había atrevido tanto a disputarle el poder a Batista. Su frente no era compacto y la corrupción corroía sus cuadros. Se decía en La Habana que el propio jefe del Ejército, el impresentable Francisco "Pancho" Tabernilla, consentía la venta clandestina de armas a los famosos habitantes de Sierra Maestra.

En medio de estos sobresaltos cada vez más pronunciados, a Goar Mestre no se le apaga su vocación por sobresalir. Por eso, a pesar del rechazo que le produce, se entrevista con el golpeado general Batista por el asunto de la TV educativa. Pero el presidente está con su cabeza puesta en Sierra Maestra y casi no le presta atención.

En cambio, alguna otra gente notoria, entre ellos, Miguel Quevedo, el director de *Bohemia*, quiere promover a Mestre como candidato a la presidencia.

Le halaga la idea, pero su pasión principal se ha plantado definitivamente en los negocios. E inmediatamente detrás de sus exitosas operaciones en el rubro de las comunicaciones no hay nada que lo atraiga más que la construcción.

Además de las diez mil viviendas que planea levantar en los terrenos que ocupa Televilla, sueña también con transformar totalmente la manzana de Radiocentro.

Batista, al ataque

Las relaciones entre Radiocentro y el Palacio Presidencial se vuelven cada vez más problemáticas y difíciles. Al general Batista le irrita que CMQ no sea incondicional aliada de su causa.

Cansado de tanto desdén, el general concentra todo su mal humor contra ellos en un sorpresivo reglamento de radiodifusión.

En la mañana del 5 de setiembre de 1957, Goar Mestre se desayuna a través de los diarios de la ingrata noticia y se decide a responder con la misma contundencia. En una entrevista con el intendente de La Habana, Justo Luis del Pozo, íntimo amigo de Batista, con quien los Mestre mantienen cordiales relaciones, Goar estalla:

—¡Este reglamento ha sido hecho nada más que para controlarnos a nosotros!

El primer ministro Rivero Agüero y Del Pozo se superponen vanamente en un intento de explicar lo ocurrido.

—Sólo quiero decirles una cosa —cortante, Mestre los interrumpe—; no tengo suficiente valor para unirme a las fuerzas de Fidel Castro en la Sierra Maestra...

—Pero, muchacho, ¿te has vuelto loco? —Del Pozo, afligido, intenta calmar a Mestre.

—... pero me sobra valor para decirle al general Batista, por intermedio de ustedes, que no acepto esta ley porque es una agresión gratuita contra nosotros y sólo intenta amordazarnos. Díganle que, si ésa es su intención, puede quedarse con CMQ. Es más, le pueden decir, mejor todavía, que se la meta en el culo. Pero, eso sí, sin mí.

Los visitantes aún no han oído lo peor.

—A partir de este momento no pongo más los pies en CMQ. No firmo un solo cheque o memorándum más. Mañana mismo me voy del país a movilizar la opinión pública continental y a contar todo lo que aquí no se puede decir de este régimen. Y no volveré hasta que este reglamento infame sea derogado.

En el transcurso de los cinco meses que Goar Mestre se ausenta de Cuba, pasa por Colombia, Ecuador, Perú, Chile y la Argentina. Moviliza con éxito a la Asociación In-

teramericana de Radiodifusión en contra de la “Ley Retrato”, como gusta llamar al Reglamento de Radiodifusión que sacó Batista y que tanto lo ofusca. La situación política en Cuba se deteriora aceleradamente.

En medio del infierno –febrero de 1958– Batista cede y deroga el controvertido Reglamento de Radiodifusión. Goar Mestre vuelve triunfante y no se siente obligado a agradecerle el gesto. Más aún: reinicia sus aportes en efectivo a favor de la causa rebelde y accede a donar un mimeógrafo al Movimiento 26 de Julio.

El fin de Batista

A su hermano Abel esas ayudas clandestinas no terminan de agradarle. Luis Augusto interviene y logra convencer a Abel de que está bien que se hagan algunos aportes, sólo que de mucho menor cuantía de los que Goar propone.

Pero en poco tiempo el hermano mayor dejará su silla vacía en el directorio familiar. Un ataque cardíaco lo fulmina el 4 de diciembre de 1958 en Nueva York.

Radio Rebelde anuncia desde la Sierra que es inminente el fin de la era Batista. Los insurrectos ya dominan ciudades clave. El “Che” Guevara estrecha su cerco, apoyado por Camilo Cienfuegos, alrededor de la estratégica ciudad de Santa Clara. Raúl Castro se aposenta en Guantánamo. Fidel y sus tropas se preparan para entrar en Santiago de Cuba. Los aviones del régimen rugen en el cielo, bombardeando posiciones rebeldes que ya no existen.

La dictadura boquea y por primera vez se muestra trémula, ausente, con la guardia baja.

Goar Mestre y su familia escapan hacia un escenario más tranquilo para pasar las fiestas de fin de año. Es una

buena excusa, piensa, para sorprender a los padres de Alicia en Buenos Aires y se entusiasma con la idea de viajar, por primera vez, con sus cuatro hijos. De paso, en la capital argentina, continuará bordando complicadas negociaciones para ingresar a su medio televisivo, y en las cuales ha depositado grandes expectativas.

Mientras la familia Mestre en pleno se zambulle en el pacífico verano porteño, los acontecimientos se precipitan en Cuba.

En el búnker del campamento de Columbia hay nerviosos aprestos, mientras los cubanos levantan las copas para recibir al nuevo año. Dos horas más tarde, dos aviones militares despegan rumbo a la República Dominicana subrepticamente. Uno de sus pasajeros es Fulgencio Batista, que marcha hacia su exilio definitivo acompañado de su séquito más íntimo.

La madrugada avanza y Abel Mestre acude presuroso a Columbia, en su calidad de director del Noticiero CMQ y de presidente de la Federación de Radioemisores de Cuba.

La situación es insostenible. Las fuerzas armadas descabezadas –algunos de sus máximos jefes se han fugado junto con Batista– deliberan nerviosamente y no encuentran la salida.

Radio Progreso rompe el fuego en los albores del 1º de enero y las copas vuelven a alzarse: “¡Batista se ha fugado!”. Castro capta la emisión, dispone desde Radio Rebelde la huelga general revolucionaria y ordena a Cienfuegos avanzar hacia el neurálgico Campamento Militar de Columbia.

La bandera roja y negra del Movimiento 26 de Julio es enarbolada en la Fortaleza de La Cabaña en La Habana como símbolo de la victoria. Grupos comando ocupan ministerios, correos y emisoras.

Fidel Castro se pone en marcha en Santiago de Cuba

hacia el Cuartel Moncada donde seis años antes había comenzado su lucha. La guerra ha terminado.

A miles de kilómetros de la isla donde acaba de soplar con fuerza el huracán de la historia, en la silenciosa y refrigerada placidez de una suite del Plaza Hotel de Buenos Aires, el sonido estridente del teléfono saca de los sueños a Goar Mestre. Alberto Gainza Paz, director de *La Prensa*, le sacude la modorra con la buena nueva. Mestre, feliz y excitado, está convencido de que 1959 será el mejor año de su vida.

Lo que vino después I

Abril a setiembre de 1960: CMQ-Radio y CMQ-TV quedan al mando de Manuel Cores y dos más de sus cuatro vicepresidentes y toma mayor participación en todas las decisiones importantes Oscar Luis Mestre, el hijo mayor de Luis Augusto, quien se queda en La Habana hasta que todas las empresas familiares son intervenidas o confiscadas por el régimen castrista. El gobierno estrecha progresivamente el campo de acción de los ejecutivos de la compañía con sus presiones constantes y el avance impetuoso de la comisión interna, que responde a los dictados oficiales. Ya se ha producido el cierre —o la conversión obligada de varias publicaciones no castristas. Uno de los últimos bastiones en caer es *Diario de la Marina*. El gobierno prepara, con socarrona estridencia, su “entierro”, una ceremonia pública que pretendió ser festiva. CMQ-TV se negó a transmitir ese acto y su situación se agravó ostensiblemente.

12 de setiembre de 1960: Por Resolución N° 20.042, dispuesta por el ministro de Trabajo, comandante Augusto R. Martínez Sánchez, son intervenidos el Circuito CMQ y Radio Reloj. En asamblea general, celebrada en el teatro Martí, cerca de 800 empleados, obreros, artistas, locutores, autores y periodistas de CMQ brindan su apoyo al interventor Gregorio Ortega, quien promete que la ex empresa de los Mestre no estará más “al servicio de la mentira” y que se ofrecerán noticias con sentido objetivo. También habla Violeta Casals, secretaria general de la Asociación Cubana de Artistas Teatrales; el decano de los locutores, Armando Pérez Roura y Oscar Vázquez, secretario general de la comisión interna de CMQ, quien destaca que, con la intervención dispuesta, “se rompe el feudo de los Mestre en la radio y en la TV cubanas”.

13 de setiembre de 1960: En las últimas horas del día

toma posesión de las instalaciones, equipos y pertenencias de Radiocentro el interventor oficial, Gregorio Ortega.

14 de setiembre de 1996: El diario *La Nación* de Buenos Aires titula “Otra voz silenciada” para referirse a la intervención de CMQ como “la última cadena independiente –informa–, cuyo valor se estima en doce millones de dólares”.

5 de octubre de 1960: Por Resolución N° 907 del Ministerio de Hacienda cubano es confiscado todo el patrimonio de Abel y Goar Mestre.

15 de diciembre de 1960: Un misterioso incendio destruye en la madrugada el control central de televisión, la cabecera de microondas nacionales y muchos equipos más instalados en el cuarto y el quinto piso de Radiocentro. Se calculan pérdidas por más de un millón de dólares. Según las investigaciones, el siniestro se produjo por la acción de grupos contrarrevolucionarios que lanzaron fósforo blanco en los conductos del aire acondicionado. Los trabajadores acuerdan donar el plus de Navidad y una semana de sueldo para sufragar las reparaciones.

16 de diciembre de 1960: El secretario de Estado norteamericano Christian Herter denuncia ante la OTÁN que la Unión Soviética está inundando a Cuba de armas.

22 de enero de 1961: “Las emisoras de radio y televisión cubanas –declara Goar Mestre al diario *El Tiempo* de Bogotá– han formado hoy una sola cadena controlada única y exclusivamente por el gobierno y a través de ella no se escucha sino marchas militares y guarachas. El talento cubano de radio y televisión se halla hoy en el exilio y sólo unos cuantos elementos de tercera categoría se quedaron con Castro. Las empresas industriales de Cuba se instalaron a base de sistemas y maquinarias americanas y ahora, cegadas las fuentes de repuestos, están paralizándose y su producción se está diezmando. Rusia ha prometido la rea-

daptación industrial de Cuba, pero para ello tendrá que construir maquinaria similar a la americana y ese proceso de transformación no podrá operar antes de dos o tres años". Mestre señala que Castro no podrá sostenerse en el poder más que un par de meses.

18 de febrero de 1961: El comentarista José Pardo Llada dice en Cuba que la vida de Goar Mestre es "digna de ser novelada por un Julio Verne" y agrega que "el invento más pintoresco, más gracioso y más utilitario del capitalismo es el promotor de negocios, que es el que no pone un centavo y se hace millonario. El caso típico de los Mestre".

22 de marzo de 1961: Se constituye en el hotel Biltmore de Nueva York el Gobierno Provisional Contrarrevolucionario Cubano presidido por José Miró Cardona. El *New York Times* nombra a Goar Mestre como uno de sus posibles integrantes. En Cuba, mientras tanto, algunos de los empleados de CMQ que formaban parte de una lista de posibles comunistas, confeccionada por la Embajada estadounidense, ocupan ya cargos de relevancia. Tal es el caso de Luis Gómez Wagüemert, designado director del oficialista diario *El Mundo*.

25 de marzo de 1961: "Hay que coordinar más todavía la información —ordena Fidel Castro durante un acto en La Habana—, orientar coordinadamente a la opinión pública, y coordinar sus esfuerzos con los planes de la Revolución. Hay que tener siempre presente que antes que el periódico, están los intereses de la Revolución. Hay que formar conciencia revolucionaria en el pueblo. Hay que exponer los fundamentos de la Revolución, las razones de la Revolución, la justicia de la Revolución".

1º de mayo de 1961: Luego de una ofensiva creciente de atentados contrarrevolucionarios, un grupo de exiliados cubanos invade la isla y desembarca en Playa Girón, en Bahía de Cochinos. El intento es repelido por el régimen

castrista que, con la victoria en la mano, proclama la República Socialista. Castro denuncia a la fallida expedición como una agresión norteamericana, en tanto que los cubanos que participaron en ella –muchos pudieron escapar, otros murieron en acción mientras el resto fue apresado y torturado por el régimen– se quejan amargamente porque el presidente John Kennedy los libró a su suerte a último momento sin darles el apoyo aéreo prometido, lo que condenó la expedición a la derrota.

2 de mayo de 1961: “Declaran radiodifusores yanquis guerra continental contra Cuba”, titula en primera plana *Prensa Libre* en La Habana. “El esbirro yanqui batistiano Goar Mestre –prosigue–, copartícipe de la campaña.”

9 de agosto de 1961: “De los amigos líbreme Dios, que de los enemigos me libro yo”, responde jocosamente, en conferencia de prensa, el ministro de Industrias cubano, comandante Ernesto Guevara, cuando en el Playa Hotel de Punta del Este un periodista le pregunta si Goar Mestre ha sido amigo de la Revolución Cubana.

–Mestre –aclara el Che– es un señor que nunca fue amigo nuestro, que hizo su fortuna al lado de Batista, con la televisión y la representación de una serie de empresas monopolistas norteamericanas. Naturalmente que cuando la Revolución avanzó, quedó por el camino. Eso es todo. Amigo nunca fue...

SEGUNDA PARTE

ARGENTINA: ASCENSO, APOGEO Y CAIDA

El regreso de Perón

Buenos Aires, primavera de 1973

—¡Yo te daré / te daré, patria hermosa... / te daré una cosa / una cosa que empieza con pe!: ¡¡¡Perón!!!

Las paredes de Proartel y Canal 13 tiemblan al “grito de corazón”. Empleados, para quienes ese sonoro apellido lo es todo, avanzan por los corredores con pancartas y vinchas en la cabeza. Sin distinción de sexos, sudorosos, agresivamente felices, provocan adhesión o estupor entre actores a medio maquillar, técnicos y personal de intendencia. Los jerárquicos se repliegan con gestos graves. Y en la dirección, un hombre, en silencio, medita sobre su paradójico destino.

Esa extraña combinación de alegría eufórica y terror contenido que se percibe en la toma de edificios públicos, en los actos de la Juventud Peronista, en las declaraciones amenazantes de algunos funcionarios y en el tono beligerante de la prensa de izquierda le devuelven a Goar Mestre viejas imágenes que creía definitivamente archivadas.

El incendio de Cuba en 1960 se recrea ominosamente en su recuerdo ante un presente que ha dejado de entender.

El hombre que lo ha tenido todo presente que otra

vez volverá a quedarse sin nada. Su canal, el de mayor audiencia y prestigio de la Argentina de los últimos años, está cercano a naufragar en las tormentas políticas de la primavera peronista de 1973.

El viejo general ha vuelto cuando ya nadie lo esperaba. Reverenciado por los obreros y los hijos de quienes lo execraron durante sus 17 años de exilio, consiente en prestarse a la compasión pasiva de las ruidosas y juveniles turbas que desfilan exultantes bajo la ventana de la mansión que el Partido Justicialista le ha regalado en el ahora sobresaltado barrio residencial de Vicente López.

Las luchas intestinas corroen su inmenso partido. Los sindicatos, a la derecha, reclaman una “patria peronista”. Los muchachos, inflamados por la violenta actuación de las “formaciones especiales” —eufemismo bélico por bandas terroristas—, exigen una “patria socialista”. Las facciones en pugna gritan al unísono “¡¡¡Perón, Perón, Perón!!!”, mientras se repelen y hasta se matan.

Perón, fastidiado por los fervores de la juventud hacia su delegado personal, el manso odontólogo Héctor J. Cámpora, electo presidente en los comicios del 11 de marzo de 1973, dejó que lo tumbaran para alegría de la derecha partidaria.

Subas y bajas de Canal 13

Con todo, Mestre podría estar contento: a su canal no le va tan mal. Después de algunos sustos asestados por sus competidores más acérrimos, los canales 9 y 11, el *rating* vuelve a sonreírle. Pero acaba de sufrir un ataque al corazón y no puede evitar pensar seriamente que su fin se acerca. Sus socios de la Editorial Atlántida, Constancio Vigil y su fiel ladero jurídico y contable, Carlos Aller Atucha,

asumen mayores responsabilidades en Proartel como dueños de casa, tras la intempestiva partida de los estadounidenses de la CBS y Time-Life.

—No nos hace felices lo que estamos haciendo; el público argentino, lamentablemente, no tiene la televisión que se merece —confiesa Goar a quien quiera escucharlo pero, por primera vez, tampoco impide la salida al aire de ciclos que le disgustan. Se rinde ante los caprichos ondulantes de un *rating* que sólo se entusiasma con los programas de premios, las maratones solidarias, los casamientos de famosos y desconocidos (enanos incluidos), las predicciones astrológicas y la competencia gastronómica de Mirtha Legrand, Nélida Lobato y La Chona. Con una insistencia desconocida, Constancio Vigil llama a cada rato por teléfono al Instituto Verificador de Audiencia (IVA) para tomarle el pulso minuto a minuto al nivel de encendido del ahora también suyo Canal 13. La TV se ha enloquecido.

Y Mestre se desilusiona: así como conquistó apetecibles plazas televisivas en Puerto Rico, Perú y Venezuela y paseó su liderazgo absoluto en la televisión argentina de los '60 —lo que le permitió, a su vez, promover el nacimiento y el desarrollo de varios canales del interior—, todo se resquebrajó completamente cuando los años '70 se adueñaron de la historia.

Para colmo, debe ir a pasar vergüenza ante funcionarios alarmados por el sesgo que toma la lucha entre los canales privados. Su amigo, Alejandro Agustín Lanusse, siendo presidente de la República se había tomado el trabajo, un año atrás, de convocarlos a él, a Héctor Ricardo García y a Alejandro Romay para reprenderlos por lo que ocurría. “El motivo de la reservada reunión —conjeturaba *La Opinión* del 23 de febrero de 1972 sobre el cónclave celebrado en el Comando en Jefe del Ejército— radicó en la preocupación del gobierno por el peligroso nivel que alcanzaban al-

gunos programas de televisión en su lucha por obtener popularidad y el peligro de que estén bordeando los límites de la criminalidad.” Y no era una exageración: el primer casamiento organizado por Roberto Galán por el 11 acababa de ser protagonizado por una pareja de delincuentes que la Policía buscaba hacía tiempo por defraudaciones.

Cansado de los inmanejables licenciatarios, Lanusse decidió vengarse a su manera: revocó un decreto anterior a su gobierno y sirvió en bandeja a su sucesor, el gobierno peronista, la posibilidad de declarar vencidas, antes de tiempo, las adjudicaciones de los canales.

Si hubiesen ~~ganado~~ los radicales, el fantasma de la intervención se habría disipado rápidamente. Pero Mestre consideró aún más negro su futuro a partir del triunfo del torbellino peronista, del cual guardaba pésimos recuerdos cuando con la AIR le hizo frente en 1948.

Del Perón temible y autoritario de entonces ha quedado sólo apenas un “león herbívoro”, como gusta autocalificarse, que ya no tiene fuerzas suficientes para arbitrar y calmar a sus fieras. Sin embargo, la mayoría del pueblo lo plebiscita en los comicios del 23 de setiembre de 1973 y lo consagra presidente por tercera vez en la historia.

Su hábil mucamo y secretario privado, José López Rega, no conforme con su cercanía al veterano líder y su estratégico cargo de ministro de Bienestar Social, busca ampliar sus crecientes áreas de influencia.

El titular de la Cámara de Diputados, Raúl Alberto Lastiri —su yerno—, cubre la acefalía dejada por Cámpora. Interinato que concluirá en el preciso momento en que la banda presidencial vuelva a descansar sobre el pecho del teniente general Juan Domingo Perón.

Mestre piensa en las trampas del destino. Trece años antes escapaba de su país mientras su imperio económico se deshacía a manos de Fidel Castro. Había elegido enton-

ces el lejano país de su mujer para rehacer sus negocios y tal vez para pasar allí el resto de su vida. “Si sigo un poco más al sur, entro en órbita”, bromeaba sobre lo remoto de su destino. La Argentina parecía tenerlo todo: población culta, carne en cantidad, ríos de petróleo bajo su tierra y, sobre ella, praderas que se extienden hasta el infinito, climas benignos y una capital que pretende compararse más con París que con América latina. El exilio había resultado mucho más llevadero en ese entorno tan acogedor.

Pero ahora el sol se oculta, y a Mestre lo asustan las nuevas tinieblas que se empeñan en envolverlo una vez más.

Jaque a la TV

El 8 de octubre de 1973, el presidente Lastiri estampa su firma al pie del decreto 1.761 que declara vencidas las licencias, a partir del 28 de abril, de los canales 9, 11 y 13 de la Capital Federal, 7 de Mendoza y 8 de Mar del Plata.

“Nuestra situación –protesta Héctor Ricardo García, propietario de Canal 11– ha quedado muy confusa.”

A Mestre, en cambio, ya nada lo sorprende. Casi podría decirse que esperaba el despojo. En la soledad de su despacho del 5º piso de San Juan 1160, cierra los ojos y por un momento siente que el tiempo no ha pasado.

Por segunda vez se dispone a transitar un camino que infortunadamente conoce bien: el principio del fin.

Mortificado por las sombrías novedades, los sesenta años parecen pesarle, por un momento, como si fuesen doscientos. La sola idea de tener que comenzar todo de nuevo ya no lo hace feliz.

Los sindicatos se relamen con la posibilidad de meter baza en la TV. No sólo sueñan con sus acostumbradas reivindicaciones salariales sino que algunos de sus más no-

tables dirigentes ya se imaginan sentados, disponiendo, desde lujosos despachos, trascendentales cambios en la programación. Los afiliados –actores, locutores, músicos y técnicos– se excitan con la promesa de más trabajo y mejor paga y desbordan de diatribas contra los permisionarios. Los extremismos tampoco se privan de opinar. La ultraderechista Alianza Libertadora Nacionalista, con la firma de su bélico líder, Juan Queraltó, exalta la reciente intervención como si en alguna medida la propiedad de los canales incidiera en sus planes demenciales. Desde la izquierda, el terrorismo montonero de *El Descamisado* ataca al “gusano” Goar Mestre, acusándolo por sus conexiones con CBS y Time-Life y por compartir la propiedad de Canal 13 con “conocidos oligarcas, antiguos abogados de los ferrocarriles ingleses, empresarios de la industria del cemento y gerentes y ejecutivos de Swift-Deltec”.

La arremetida de las huestes de López Rega contra la televisión privada sufre un freno involuntario. Perón no está convencido de los beneficios de la estatización de los canales y alienta la participación del Congreso en la resolución del tema.

A las 17.45 del miércoles 10 de octubre de 1973, personal del COMFER se presenta en los canales. Poco después llegan los interventores designados. En el 9, Omar Gómez Sánchez, y en el 11, Jorge Conti, ambos periodistas (y este último yerno de López Rega), y Pablo Rodríguez de la Torre, un abogado ajeno al medio, va al 13.

En la práctica, los interventores no tienen ningún poder, apenas alguna influencia sobre los noticieros, concesión que los permisionarios otorgan sin protestas a cambio de continuar concentrando en sus manos el manejo efectivo de las emisoras.

Aun cuando Rodríguez de la Torre procede con cautelosa medida en Canal 13, Aníbal y Constancio Vigil temen

que sobrevenga una hecatombe política que arrastre no sólo a los canales intervenidos sino también a su único y más valioso patrimonio familiar: la Editorial Atlántida. Constancio prefiere separar las aguas, cuanto antes, y terminar con su absorbente protagonismo como director ejecutivo de programación, técnica y operaciones, para replegarse en su búnker de Azopardo y México. Toma la posta Carlos Montero, aunque permanece como director ejecutivo. Juan Pallí, desde la vicepresidencia, pulsa la crítica situación y se apoya frecuentemente en el apoderado legal del canal, Serafín Guillani.

Emilio Abras, secretario de Prensa y Difusión y ex corresponsal de EFE —en cuya condición colaboró durante algún tiempo con los noticieros de Canal 13—, supone que, por el cargo que ocupa, pronto tendrá bajo su exclusivo dominio a la TV. En realidad, López Rega lo quitará del medio en la primera oportunidad que se le presente para poner en su lugar a un hombre de su confianza.

Perón quiere avanzar mucho más despacio de lo que proponen López Rega y compañía. Lo entusiasma el modelo público y estatal —extraña aquellas plácidas tardes en su quinta madrileña frente a la casta televisión franquista—, pero no por eso está dispuesto a arrasar la TV privada tan fácilmente. Empeñado en enviar a la sociedad y a las clases dirigentes signos claros de que ya no es el Perón beligerante y sectario de los años '50, está convencido de que un grosero zarpazo sobre la TV sólo acarreará trastornos políticos.

De allí que entre sus primeros actos de gobierno decida frenar los ímpetus de funcionarios y gremios que ya dan como un hecho consumado la estatización de los canales. Los interventores pasan a ser simplemente “veedores”. Tras un acuerdo con los licenciatarios, éstos quedan habilitados para seguir mandando en sus canales por 180 días más.

Pero en su primera comunicación personal al Parlamento, Perón solicita a la Cámara de Diputados la creación de una comisión especial para estudiar el régimen futuro del servicio público de radio y TV. “Considero oportuno –apunta el presidente– ilustrar brevemente esta petición recordando que se trata de un servicio público, calificación que comprende en forma genérica a todas aquellas actividades que, de un modo u otro, están dirigidas a satisfacer necesidades, requerimientos y exigencias comunes a la mayoría de la población y que, por su carácter de esenciales, deben ser prestados por el Estado nacional, provincial o municipal.”

Perón emite señales contradictorias a los bandos enfrentados. Por un lado, tranquiliza al empresariado privado volviendo inocuas y benignas las intervenciones de los canales. Por el otro, reafirma sólo de palabra –ya que no en los hechos– su voluntad estatista. Se trata de otra típica maniobra divisionista de las que tanto gusta echar mano: conforma, a medias, a cada sector, mientras los sume en la mayor de las confusiones. Todos quedan expectantes a la espera de que el Caudillo incline la balanza para un lado o para el otro. Pero a Perón no le queda mucha vida por delante y alguien tendrá que decidir cuando él no esté.

Explorando Buenos Aires

Buenos Aires, marzo de 1960

Goar y Abel Mestre libran quizá la más crucial de sus batallas, de cara hacia un futuro todavía incierto. Abel se quedará lo más cerca posible de Cuba –es decir, en Miami– con la ilusión de colaborar en el derrocamiento de Castro. En poco tiempo montará una vasta campaña anticastrista

a través de las ondas radiales de varios países latinoamericanos. Como consejero titular de la AIR, se hará cargo de su buró informativo y pondrá en circulación una serie de programas dramatizados. Y no sólo eso: tan pronto pueda, se convertirá en uno de los fundadores de la Asociación para la Reconstrucción Económica de Cuba (AREC), que estudiará a fondo y durante muchos años el retorno de Cuba al sistema capitalista.

Con tanta pasión puesta en la causa anticastrista, a Abel le resulta extravagante la actitud de Goar, quien prefiere primero rehacer su fortuna personal e incorporarse a la reconstrucción de Cuba sólo tras la caída de Castro, que estima no tardará en llegar. A diferencia de Abel que se conforma, en el ámbito empresario, con crear una compañía de distribución y fabricación de sofisticados equipos electrónicos, Goar prefiere insistir con la TV y planea levantar un nuevo imperio. No es imposible. Desde 1952, juntamente con sus hermanos, tiene una importante participación en WAPA-TV, una de las principales estaciones puertorriqueñas, y con sus amigos estadounidenses de la CBS explora desde hace tiempo el territorio casi virgen en materia de TV de América latina. No le va del todo mal y ya ha clavado su primera bandera en el Perú. Asociado con los hermanos Delgado Parker, quienes han conseguido recientemente la licencia de Canal 13 de Lima, instala una empresa productora.

Pero sus mayores expectativas siguen depositadas en Buenos Aires y allí se radicará con su familia, aunque la Argentina también lo asusta. Todavía tiene fresco el escándalo que le hizo el gobierno peronista, en 1948, cuando la AIR celebró su primera asamblea en Buenos Aires. En seguida se tranquiliza: Perón no volverá más, razona. Execrado por sus pares de las fuerzas armadas, proscripto su partido –al punto de que nombrarlo es delito– y obligado por

las circunstancias a exiliarse en lugares cada vez más lejanos de la Argentina, Perón es sólo un fantasma que se va desdibujando.

A los ojos de Goar, la Argentina parece mansa y opulenta. El gobierno desarrollista del doctor Arturo Frondizi proyecta con audacia el crecimiento de la industria. Perón dejó en mejores condiciones sociales a los obreros y ha engrosado la clase media. Ahora, además, soplan aires de democracia y libertad en un clima de menor beligerancia política.

El país se asoma a la década del 60. Se acaban de instalar 16 fábricas automotrices y el gobierno inicia una amplia apertura petrolera. La ocupación laboral es plena, y los sueldos, respetables o, cuanto menos, modestamente dignos. Pronto habrá un auge cultural y artístico –Instituto Di Tella y otras expresiones intelectuales livianas y modernas– que harán de Buenos Aires (todavía pueblerina en ciertos aspectos, sin semáforos aún, aunque ya creciendo desmesuradamente), una ciudad interesante y a tono con lo que ocurre en el resto del mundo.

Mestre y su familia llegan en medio de los festejos por el sesquicentenario de la Revolución de Mayo y la fiesta parece no tener fin. Revistas y diarios desbordan de publicidad y el único canal de TV existente goza de gran número de auspiciantes.

En uno de sus anteriores viajes, Mestre, deslumbrado por tanta abundancia, había comenzado a analizar la posibilidad de establecer en Buenos Aires una base que le permitiera exportar programas de TV a todo el continente.

Una tarde primaveral de 1957, autoexiliado de su país en protesta por el reglamento de radio y televisión dictado por Batista, caminando por la calle Florida con su amigo Aurelio Compaired, había surgido el tema casi espontáneamente.

–Aurelio, ¡qué cosa terrible Canal 7! –Mestre había

quedado impresionado tras su visita a las precarias instalaciones de la emisora oficial en los bajos del Alvear Palace Hotel-; qué mal que está aquello. ¿Sabes lo que daría por tener un canal de televisión en Buenos Aires?

-En verdad, ¿tanto te interesa?

-Ya lo creo. Es que esta ciudad sola tiene casi un 50 por ciento más de población que toda la que hay en Cuba. Y no me importa lo mal que estén las cosas aquí -en 1957, Buenos Aires, a los ojos de Goar, se había venido abajo, sensación que se acentuaba en medio de los apagones nocturnos-; mira, aunque me pagasen los anuncios en tapitas de Coca-Cola y yo a su vez pudiera pagarles a los artistas y a los técnicos con esas tapitas, algunas me habrían de sobrar y ya vería qué hacer con ellas.

-¿Te gustaría conocer al doctor Arturo Frondizi, el próximo presidente de la Argentina? -no se equivocaba Compaired.

La entrevista fue en el estudio del doctor Diógenes Taboada.

-Me cuentan que usted es un hombre destacado de la TV en Cuba -le dijo el candidato presidencial.

-Pero Cuba está pasando por un momento difícil -diagnosticó Mestre y desvió hacia lo que realmente le interesaba-; doctor Frondizi: sé que usted es un hombre muy ocupado y mi intención no es quitarle más tiempo del que gentilmente ya me ha concedido. Sólo quisiera saber si un extranjero como yo sería bien recibido aquí en la industria de la TV...

-Déjeme decirle, señor Mestre, que yo no puedo considerarlo un extranjero porque usted es latinoamericano. ¡Por tanto somos hermanos y debemos aunar fuerzas! Este país necesita capitales y "*know how*". Si soy electo presidente, le pido que me haga llegar una propuesta concreta. Y le prometo que le voy a contestar que sí o que no.

Mestre presintió en ese mismo instante que lo lograría. El gobierno provisional del general Pedro Eugenio Aramburu preparó el terreno. La Ley 15.460 rompió el monopolio estatal en materia de telerradiodifusión –tras la caída de Perón en 1955, las tres grandes redes fueron intervenidas; los medios gráficos volvieron a manos de sus antiguos dueños, en tanto que Canal 7 y las radios oficiales permanecieron bajo la órbita gubernamental– y fijó un cronograma para el llamado a licitación de nuevas ondas radiales y televisivas.

La televisión había arrancado en la Argentina a los apurones en octubre de 1951. Por un lado, el gobierno peronista deseaba mostrar un nuevo logro político y fortalecer su gigantesco aparato de comunicación. Por el otro, Jaime Yankelevich, una vez ganada la confianza de Juan y Eva Perón, obtuvo carta blanca para manejarse a su antojo. Viajó a los Estados Unidos con el ingeniero Max Köeble para comprar los equipos que permitirían el inicio de las transmisiones. La ansiedad de los viajeros y de la propia pareja presidencial obró negativamente en tan delicada misión. Al volver, Yankelevich y Köeble trajeron un transmisor de banda alta en vez de uno de baja, cuyos canales tienen mejor propagación. Encima, la ITT les impuso un paquete más grande que incluía la importación de cuantiosos lotes de televisores Capehart para ser comercializados en el aún virgen mercado argentino. Y, para rematar, la Standard Electric les vendió seis viejas cámaras. La cuestión era salir al aire lo antes posible y al más bajo costo, y así, milagrosa pero también precariamente, fue gestada la TV argentina. Ese caos y esa debilidad inicial –que acentuaba la utilización de instalaciones inconvenientes como las del Alvear Palace Hotel y el Palais de Glace– marcarían su trayectoria.

Mestre recorrió esos aristocráticos edificios –sepa-

rados entre sí por tres cuadras, lo que obligaba a más de una estrella a ir y venir a la carrera y a medio vestir de un estudio al otro, ya que la programación era totalmente en vivo—, no pudo menos que horrorizarse. Aquello era mucho peor de lo que imaginaba. El contraste con Radiocentro era patético.

Instalaciones superpobladas donde, debido a la falta de aire acondicionado, las altas temperaturas solían volverse insoportables; condiciones de seguridad mínimas y desorden superlativo terminaron por ahuyentar a Mestre del canal decano. Si algún día tenía algo que ver con una estación de TV en Buenos Aires, iba a prescindir de personal formado en tan malsano ambiente.

De viejas películas, dibujos animados y documentales, Canal 7 pasó, de a poco, a incluir programación en vivo. En cuanto notó que sus propios esfuerzos y presupuestos eran insuficientes para encarar una programación en serio, se dedicó alegremente a vender sus espacios a auspiciantes que no sólo le dejaban buen dinero sino que, lo más importante, se encargaban de producir ellos mismos los programas. Aun así, nadie pudo salvar a la emisora de ahondar sus déficit operativos. La plata, mal administrada, comenzó a escurrirse por misteriosos agujeros negros y la inestabilidad de sus cuadros jerárquicos se hizo habitual y definitiva.

Nacen tres canales

Cuando el gobierno de Aramburu abrió el proceso de licitación de tres nuevos canales en Buenos Aires, uno de los aspirantes más firmes y con más antecedentes fue el publicitario Ricardo Pueyrredón, descendiente de una familia patricia de Buenos Aires —el prócer Juan Martín de Pueyrredón, el artista plástico Prilidiano Pueyrredón y el

escritor José Hernández figuran en su árbol genealógico— y activo militante de la Unión Cívica Radical, hijo, a su vez, de Honorio Pueyrredón, ganador de las elecciones a gobernador de la provincia de Buenos Aires anuladas por el general José Félix Uriburu en 1931.

“Richard” Pueyrredón se había entrevistado con Yankelevich en 1951, apenas dos semanas después del nacimiento de la TV argentina para poner en el aire un programa nocturno en vivo, con el auspicio de un fabricante de trajes de baño. Luego entusiasmó a Odol con la primera transmisión de una carrera de autos. Richard ya venía haciendo lo mismo desde varios años atrás con la radio: contrataba espacios centrales en El Mundo, Splendid y Belgrano y luego buscaba entre sus clientes, o afuera, a los posibles anunciantes. Su misma agencia —Pueyrredón Propaganda— se encargaba de armar los programas.

Con la irrupción de la TV, las cosas se complicaron un poco más porque su escasa audiencia inicial —en principio sólo había siete mil receptores de TV, la mayoría de los cuales funcionaba más en las vidrieras de negocios de electrodomésticos que en los hogares y se estimaba que no había más de 30 mil televidentes— desalentó a las empresas. Pero Pueyrredón tuvo la suerte de contar con la cuenta de Standard Electric, fabricante de Capehart y otras marcas de televisores que, lógicamente, tenían interés en que el público comprase en cantidad aquellos novedosos aparatos.

Pronto, Pueyrredón se convirtió en un personaje importante dentro de la televisión. Se inclinaba hacia la producción de shows musicales y programas de entretenimientos como *Dar en el blanco*, *Cinemaspesos* y espacios deportivos de fútbol y polo. En cuanto se afirmó en el mercado, confió el departamento de televisión de su agencia a Jorge Gonzalvez, un autor y productor teatral y radial que solía hacerse acompañar por un joven y diligente asistente

que Pueyrredón había acogido como cadete en 1947, cuando sólo contaba con 13 años: Carlos Montero.

Deseoso de seguir escalando posiciones en el ámbito local de la TV, Pueyrredón envió una carta al ministro de Comunicaciones de Aramburu donde detallaba que en Nueva York había siete canales de TV, cuatro con gran *rating*, dos que se defendían y otro que experimentaba quebrantos. Colegía de estos datos que Buenos Aires tenía un techo de cuatro canales como máximo.

Pueyrredón reclutó a sus amigos más adinerados bajo la denominación de Río de la Plata TV, y aspiró a ganar la licencia del aún imaginario LS85 TV Canal 13. Buscó heterogeneidad ideológica, pero poniendo cuidado en no incluir en la lista a ningún peronista para no irritar al gobierno.

Así reunió a abogados y estancieros, radicales como él, varios conservadores, un socialista y hasta un hombre de armas, su cuñado, el vicecomodoro Tornquist, amigos y amigos de la alta sociedad con los que gustaba charlar y compartir copas. Pueyrredón se encerró durante varios días y noches con César Corvalán y Jorge Gonzalvez, asesorados por el experto en electrónica Dardo Gil Girón. También aportó lo suyo el conocido empresario ruralista Alfredo Chopitea y apareció como una *figura* clave, con influencias familiares en el entorno presidencial para volcar la licitación del 13 a favor de Río de la Plata TV, César Noguera, emparentado por su esposa con el general Aramburu.

El 28 de abril –apenas unas horas antes de la asunción de Frondizi como presidente y del retorno del país a la democracia–, el gobierno militar saliente escogió entre cerca de cuarenta ofertas los grupos *ganadores* de los canales y las radios licitadas. Mediante el Decreto Ley 6.287, otorgó LS83 TV Canal 9 a la compañía Argentina de Televisión (CADETE); LS84 TV Canal 11, a Difusora Contemporánea (DICON) y LS85 TV Canal 13, a Río de la Plata TV.

Sin embargo, los integrantes de las tres sociedades elegidas no tenían una exacta dimensión de lo que significaba poner en marcha un canal de TV, sostenerlo, convertirlo en un negocio redituable y, al mismo tiempo, brindar un servicio que fuese de interés y esparcimiento para la comunidad.

Pasada la algarabía inicial, había cundido cierto desaliento entre los grupos. Sus integrantes eran empresarios ajenos al medio y aun los que, como Pueyrredón, tenían algo que ver con él, no se sentían capacitados para enfrentar el desafío de una programación diaria.

En tanto sucedía esto, Mestre desde Cuba le envió a Frondizi su "plan de TV para la República Argentina". La respuesta con el esperado "sí" fue inmediata y Mestre aterrizó nuevamente en la Casa Rosada, mientras Cuba comenzaba a desmoronarse.

Frondizi le aseguró que impulsaría en el Congreso una ley que permitiría a los extranjeros tener una participación al menos minoritaria en cualquier empresa de TV y radio. Pero algunos funcionarios a los cuales Mestre fue derivado lo envolvieron en largas sesiones, prometiendo aligerar el trámite si accedía a mover el expediente con dinero.

En octubre de 1958, Mestre había decidido cortar unilateralmente las conversaciones con la certeza de que nada conseguiría.

En su cabeza ya daba vueltas otra idea que ninguna traba burocrática le impediría llevar a cabo: la creación de una empresa productora capaz de abastecer de programas al canal estatal y a los tres privados que pronto saldrían al aire.

Mestre debe apoyarse urgentemente en alguien que conozca el terreno, que lo guíe y le permita acceder con celeridad a los gustos del auditorio argentino. Y esa persona es Oscar Luis Massa, un uruguayo bonachón, despierto e in-

formado sobre el ambiente artístico argentino que había conocido en 1945. Massa, ex director artístico de Radio El Mundo, se había afincado tan fuertemente en la Argentina que resultaron inútiles los intentos del cubano para llevárselo a su país cuando el peronismo se tornó irrespirable. Mestre ya había advertido tempranamente sus condiciones de organizador y su sensibilidad popular para detectar o crear él mismo auténticos éxitos como *Los Pérez García*, su trabajo más conocido, con el que logró postrar a la audiencia radial a sus pies. Pero si desea a Massa de un lado, del otro no quiere que le falte su compatriota Juan Pallí, aquel alto ejecutivo de la Compañía Cubana de Aviación que había consentido años atrás en convertir a uno de sus aparatos en el primer satélite de comunicaciones de la historia.

Junto a Massa y Pallí, Mestre formó un poderoso frente para fundar Producciones Argentinas de Televisión (Proartel), en abril de 1959.

Mestre, a instancias de Massa, conoce los derruidos estudios, que habían pertenecido a EFA, una compañía de cine que hacía rato había sido desactivada. En Lima 1261, pleno barrio Constitución, ya no quedan vestigios de ningún pasado artístico: varias familias se acomodan en los viejos foros y camarines, conviviendo con gallinas y pollos que aletean nerviosamente ante la llegada de desconocidos.

Todos, a Mestre

Los movimientos de Mestre no pasan inadvertidos para los licenciatarios de los canales 9, 11 y 13.

El padre Héctor J. Grandinetti, representante de la Compañía de Jesús, que operará Canal 11, es el primero en llamar a su puerta.

La gente del 9 no se queda atrás. El conocido publicitario Kurt Lowe y el empresario Idelfonso Recalde, de la Compañía Argentina de Televisión (CADETE), lo invitan a almorzar y envían a otro de los socios, Manuel Alba, a La Habana a visitar Radiocentro y observar los sofisticados operativos creados por los cubanos.

El grupo Río de la Plata TV, permisionario de Canal 13, también apunta hacia Mestre pero ya nunca más lo suelta.

En agosto de 1959 el abogado Roberto Lobos produce el encuentro entre los accionistas Richard Pueyrredón, César Noguera, Alfredo Chopitea, Héctor Pereda y Manuel Busquet Serra y Mestre y Pallí.

–La CBS y yo –informa Mestre– estamos haciendo una radicación de capitales pero, al menos por el momento, aunque el presidente Frondizi me ha dicho que algo hará al respecto, no podemos ser accionistas de un canal porque lo impiden las leyes argentinas por ser extranjeros. En cambio nada prohíbe que pueda haber entre ustedes, que son Río de la Plata TV, y nosotros, que acabamos de constituir Proartel, una relación contractual mediante la cual podríamos brindarles programación a cambio de un porcentaje de las ventas del canal para cubrir nuestros costos.

–¡Necesitamos que eche a andar sus proyectos! ¡Hace falta su presencia en la televisión argentina! –lo recibe efusivo Frondizi otra vez en su despacho.

–Señor Presidente, todo lo que está a mi alcance lo he hecho. Estoy instalando mi productora; me encuentro, además, tramitando una importante radicación de capitales y he establecido contactos concretos con algunos de los permisionarios de los nuevos canales...

–Bien, bien, eso es.

–Sí, pero el problema fundamental sigue existiendo –Mestre se pone serio– porque es una verdadera lástima

que no salga una ley que permita siquiera una participación minoritaria extranjera en empresas de radiodifusión y televisión.

El rostro de Frondizi se ensombrece.

—Sí —confiesa apesadumbrado—, eso va muy lento.

Su proyecto de que capitales foráneos pudiesen participar hasta en un 40 por ciento del capital accionario de las nuevas emisoras es sepultado, en esos momentos, definitivamente en el Congreso.

—Pero..., ¡un momento! —Frondizi da un repentino respingo en su asiento y su cara vuelve a iluminarse—, ¿no me ha dicho usted que su señora es argentina?

—Sí, así es.

—Excelente, entonces, amigo, sus problemas han terminado —eufórico, Frondizi festeja haber encontrado una salida original—; ¡nada impide que su esposa, como argentina que es, pueda convertirse en accionista de un canal!

La prensa porteña comienza a interesarse por ese personaje de tonada caribeña y modales sajones que salta del despacho del presidente a las oficinas de empresarios influyentes, que compra estudios derruidos, que toma aviones como si fueran taxis y que amenaza con invertir diez millones de dólares.

Pero la radicación de capitales de Mestre junto a la CBS se pierde en un laberinto burocrático. Los norteamericanos se impacientan.

—Esto decididamente no me parece serio y ya no sé cómo explicarles la situación a mis socios de la CBS. Por lo tanto, señor ministro, o esto se resuelve rápidamente o, déjeme usar un viejo dicho cubano: “Recojo mis pinceles y mi paleta y me voy a pintar a otra parte”.

El ultimátum de Mestre suena duro en los oídos del ingeniero Álvaro Alsogaray, pero surte efecto. En noviembre de 1959, el ministerio aprueba la inversión de capitales

de Goar Mestre y Alicia Martín para Producciones Argentinas de Televisión. Mestre cierra el cerco sobre Río de la Plata TV.

–Yo les doy a ustedes –propone luego de deslumbrar a Pueyrredón y su grupo mostrándoles su agónico imperio habanero poco antes de la hecatombe castrista– el 20 por ciento de las acciones de Proartel a cambio del 80 por ciento de las acciones de Canal 13.

Mestre y CBS inyectan en Proartel 1.600.000 dólares y vuelcan sobre el canal 150 mil dólares. Sin firmar un solo cheque, el grupo argentino se convierte en dueño del 20 por ciento de cada empresa. El grupo porteño, aliviado de sus responsabilidades económicas, entra en un virtual estado de fascinación y otorga facultades totales a Mestre. Pero Richard Pueyrredón, asustado por los avances del cubano, entra rápidamente en colisión. Impulsor de la idea original de poner un canal, había llegado a hacerse de un 25 por ciento de las acciones de Río de la Plata TV y ejercía la presidencia de la sociedad. Luego de una breve crisis, el grupo se reconstituye con Alfredo Chopitea como titular de la compañía, en tanto Pueyrredón es relegado a un costado.

Marzo de 1960. Han pasado exactamente siete meses desde que el secretario de Comunicaciones, Adolfo T. Cosentino escriturara a favor de Río de la Plata TV la licencia para la explotación durante quince años de Canal 13.

El anhelo de Mestre de poner en marcha un canal de TV en un mercado que considera fabuloso está por cumplirse. Ya existen unos quinientos mil televisores funcionando en Buenos Aires con un incremento anual que Mestre calcula entre 180 mil y 200 mil aparatos.

Variety, en los Estados Unidos, da cuenta de los movimientos de Mestre en la Argentina. El periódico nacionalista *Azul y Blanco*, editado en Buenos Aires, lo señala elíp-

ticamente al decir que la “plutocracia internacional amenaza también penetrar en el éter”. Desde su tierra también le mandan saludos poco amistosos. *Combate* especula con que las inversiones que acaba de hacer Mestre en la Argentina las efectuó con los dólares que sacó de Cuba.

En verdad, Mestre ha dejado momentáneamente de ser el “magnate” de la televisión que todos creen, porque sus principales riquezas acaban de ser expropiadas por Castro. Había también soltado dinero poco tiempo atrás para entrar en la TV del Perú y, no bien selló su trabajoso pacto con la gente de Río de la Plata TV, desembolsó otros 80 mil dólares para pagar el transmisor de 10 KW de potencia en video y 5 KW en audio y unos 12 mil dólares más para traer la antena. Entre la compra y la refacción de los viejos estudios de la EFA y el pago de sueldos al nuevo personal, Mestre entra en emergencia financiera. La CBS corre a darle aire y cubre con 330 mil dólares, en calidad de préstamo, parte de su inversión.

En julio de 1960, luego de comprar y refaccionar un departamento en el piso 12º de Santa Fe 835, que le costó 35 mil dólares, Mestre toca fondo. En su cuenta bancaria hay escasos 3.800 dólares. Y ni uno más.

Las empresas se ponen trabajosamente en marcha: Proartel abastecerá exclusivamente a Canal 13 de programación a cambio del 66 por ciento de sus ingresos publicitarios.

“Los Mestre Cuban Boys”

La “troika” Mestre-Pallí-Massa empieza a desplegar su juego. Nadie que haya trabajado antes en la televisión argentina —exceptuando al personal artístico— integrará el plantel de Proartel y Canal 13. Los tres están de acuerdo

con que resultará mejor formar gente desde cero que intentar reeducar a quienes ya se han pervertido en la anarquía creciente de Canal 7.

Mestre recurre a la gente que ya ha trabajado con él en Cuba y que ha comenzado a salir del país corrida por la Revolución. Le encomienda a Jorge Ignacio Vaillant la creación de una escuela de productores. Otro cubano, Roberto "Caballo" Miranda, organiza la escuela de camarógrafos. Además de director talentoso, es un experto en transmisiones desde exteriores y se propone formar integralmente a los jóvenes reclutados. Los cursillos sobre iluminación están directamente a cargo de uno de los mejores luminotécnicos de la CBS, especialmente venido desde Nueva York.

Mestre se reserva un capítulo clave: el entrenamiento de los futuros vendedores de publicidad del canal. Lo ayudan Alberto Hernández Catá, pope, hasta su intervención, de la cubana CMBF Televisión, y el argentino Jorge Juan Alcaraz, un ex locutor, publicitario, productor y con experiencia en comercialización que, en abril de 1960, había sido convocado para cumplir funciones de jefe de ventas en Río de la Plata TV.

—Señores —informa Mestre a los vendedores reclutados entre visitantes médicos, promotores de medios gráficos y de otras áreas ajenas al medio televisivo—, Canal 13 tendrá una tarifa única que todos deberán cumplir por igual, tanto los grandes clientes como los pequeños.

"Los Mestre Cuban Boys" —como los llama cierto periodismo— forman un compacto grupo de 18 exiliados que, diseminados en puestos clave, se hacen notar.

La plana mayor de la administración de CMQ y de otras empresas de los Mestre desembarca en Buenos Aires. Francisco Fernández Turá, viejo empleado de la Bestov Products S.A. se había refugiado, tras la caída de Batista,

en Nueva Orleáns, donde había encontrado un puesto de contador publicitario. El llamado de su antiguo jefe desde la Argentina lo convence en el acto.

–No puedo pagarte mucho por ahora –le advierte, pero comerás los bifes más maravillosos del mundo y no te cruzarás con un solo negro como en Nueva Orleáns.

La llegada de Nora Valencia, su secretaria desde 1950, se demora algo más. “Quédese”, había sido la orden de Mestre antes de partir definitivamente de Cuba. En la isla quedaba todavía la mayoría de sus negocios sin intervenir y, por esa razón, había trabajo en cantidad para Nora. No obstante, Goar no se olvida de ella y la convoca para la inauguración de Proartel y Canal 13. Con esa excusa, le envía una invitación para pasar 15 días en Buenos Aires. Su visita coincide con la confiscación por parte de Fidel Castro de todos los bienes de los Mestre. “Quédese”, vuelve a ordenar el presidente de Proartel, pero esta vez en Buenos Aires. Nora, francesa de nacimiento –su padre era un famoso periodista colombiano que vivió mucho tiempo en Europa–, había pasado de la Standard Oil a la CMQ, diez años atrás, como su secretaria. Y lo seguirá siendo en la Argentina, ahora que sorpresivamente y con cierta angustia se encuentra viviendo sola en un hotel.

También es cubano Lorenzo Barquín, un voluminoso ingeniero, algo gritón pero gran conocedor de su oficio, que debe convertir en aptas las instalaciones de la calle Lima para que sea posible la producción de programas y su emisión al aire.

Entre los argentinos está Francisco Gavilanes, un ingeniero en telecomunicaciones, de 30 años, que había trabajado anteriormente en el Correo y en la fábrica de aparatos de televisión de Capehart y que ahora salta a su actividad preferida. Barquín y Gavilanes forman una imbatible delantera técnica con ingenieros argentinos cuyos conocimientos e influencias se extenderán años después a otras

empresas. Todos juntos echan a andar la artillería técnica proveniente de RCA, bien apuntalada por las máquinas de videotape de Ampex y el transmisor General Electric.

Campana de largada

Cuando comienzan las transmisiones experimentales de Canal 13, en agosto de 1960, desde los cinco estudios distribuidos en los edificios de Lima 1261 y San Juan 1160, ya ha iniciado su andar el primer canal privado porteño, LS83 TV Canal 9, el 9 de junio, bajo la directa atención de los concesionarios Lowe y Recalde, los ejecutivos Manuel Alba y el animador Carlos D'Agostino. Idelfonso Recalde es el presidente de la emisora y figura en el directorio Julio Korn, dueño de la editorial de revistas más importante de la Argentina. Además del millón de dólares que puso la NBC, en Telecenter, la productora cautiva del 9 –siguiendo el modelo de Proartel y Río de la Plata TV– *emitirá debentures* que serán adquiridos en su totalidad por la RCA.

La gente del 11, en cambio, no tiene esa suerte y hace agua. Se rumorea, incluso, que no podrá salir al aire en los plazos exigidos por la ley. En la sociedad hay alrededor de 120 pequeños accionistas y son crecientes las desinteligencias entre socios de distinta procedencia.

El ingreso al negocio de la tercera cadena estadounidense, la ABC, que viene a ofrecer oxígeno económico y experiencia, a cambio de controlar la programación –vía la productora Telerama–, lejos de apaciguar los ánimos, crea mayor malestar entre el grupo que representa los mayores aportes de capital, acaudillado por Norman Pentreath, y el bando opuesto encabezado por el ingeniero Jorge Gualdi, quien cuenta con el apoyo de la Compañía de Jesús que, so-

lamente con un 10 por ciento del capital total, fue la promotora de la sociedad inicial, acicateada por el activo padre Grandinetti.

Por el contrario, superados los cortocircuitos iniciales con Ricardo Pueyrredón –tampoco muy convencido de los presuntos beneficios de la alianza con capitales extranjeros–, la armonía entre Proartel y Río de la Plata TV es total, como lo demuestra la cordial entrevista que mantienen Goar Mestre, Merle Jones –el tercer hombre más importante de la CBS– y Alfredo Chopitea con el presidente Frondizi.

El ingeniero Barquín y el “caballo” Miranda, asesorados por Joseph Stern de la CBS, eligen camarógrafos, y el actor Roberto Airaldi, flamante jefe de producción, ultima con la cúpula de Proartel los detalles del show inaugural del canal.

La dotación de Proartel asciende a 247 empleados y en filmoteca ya hay un stock de 470 películas argentinas, 225 españolas y cerca de un centenar de mexicanas, aunque su máspreciado tesoro es un paquete de series norteamericanas –*Yo quiero a Lucy*, *El hombre invisible*, *Perry Mason*, *Dimensión desconocida*, *Pájaros de acero*, *La pandilla*, *Jinetes en la pradera* y otras–, algunas de las cuales se convertirán pronto en resonantes éxitos.

Sin embargo, las mayores energías están depositadas en la programación local. “Hay un axioma que siempre debe ser atendido –tiene en claro Mestre– y que se cumple inexorablemente en la televisión de cualquier país: los programas más vistos son los de producción propia.” El nuevo canal apunta a la familia, con sentido popular. Los ejecutivos cubanos se plantean una pantalla pulcra y puritana. “Los gestos, actitudes y movimientos de los bailarines, actores y otros participantes –ordenan– no sugerirán dobles intenciones, lascivia o impudicia. No se empleará un lenguaje ramplón o chabacano. La prostitución no se emplea-

rá como argumento de programas. El homosexualismo y la perversión sexual no serán tratados en forma alguna. Se mantendrá el respeto al matrimonio y al hogar como bases de la familia (sic)."

Estas severas recomendaciones forman parte de un código de normas distribuido entre todo el personal. Y deberá cumplirse a rajatabla.

Canal 13: hora cero

Buenos Aires, 1º de octubre de 1960

El lanzamiento será colosal. Técnicos, personal jerárquico y empleados se mueven nerviosamente por las instalaciones de las calles Lima y San Juan. El cardenal primado de la Argentina, Antonio Caggiano, las bendice ante la atenta mirada del ex presidente, general Pedro Eugenio Aramburu y otros invitados especiales.

A las ocho de la noche, en la pantalla del 13 aparece la placa identificatoria que se hará característica en los años siguientes —el fondo recortado de la ciudad de Buenos Aires vista desde el puerto— tanto como su cortina musical —“Quédese en el 13 para ver...”—, ideada por el mismo Mestre, además del simpático “telepibe”, un niño pecos y ñato que parece dirigir el tránsito con sus manitos, idea del gerente de promoción, el cubano Martín Velilla.

En los estudios 1 y 2 dirige el operativo Jorge Ignacio Vaillant y lo secundan Roberto Miranda, David Stivel, María Inés Andrés y María Herminia Avellaneda. Y delante de cámara la primera línea es más que potente: Antonio Carrizo oficia de maestro de ceremonias y se alterna en las presentaciones con Ana María Campoy, José Cibrián y Héctor Coire.

En el show vertiginoso de cuatro horas participan actores, cantantes, bailarines y orquestas nacionales y del extranjero. José Marrone, Oscar Casco, Luisa Vehil, Norma Aleandro, Ariel Ramírez, Jaime Torres, Chabuca Granda, Dorothy Collins y Tonny Bennet, Bobby Capó, Jorge Salcedo, Juan Carlos Mareco y Ubaldo Martínez hacen su presentación apenas interrumpidos por las primeras cinco breves tandas de avisos. Pasada la medianoche, un cuadro coreográfico con 52 extras remata el programa número uno del 13.

La ofensiva publicitaria

Los pesados compromisos que Mestre se ha echado sobre sus espaldas, las tensiones acumuladas en los últimos meses y el porvenir todavía incierto del canal naciente repercuten imprevistamente en su salud. En la tarde del 2 de octubre, cae pesadamente sobre el piso de su despacho y quienes lo asisten temen lo peor. Pero no es un infarto ni un síncope, sino pura y exclusivamente cansancio. Sin embargo, no le hará demasiado caso al médico que insiste en la necesidad de serenarse un poco. No podría hacerlo justamente ahora. Sus nervios pasarán todavía por pruebas aún más duras las semanas siguientes cuando intente introducir nuevas reglas de juego en el desordenado mercado publicitario argentino. Casi veinte años atrás había logrado domar a los anunciantes cubanos, pero no estaba muy seguro de poder hacerlo con los argentinos, demasiado reticentes a aceptar sus innovaciones (tarifas iguales para todos sin comisiones, descuentos o “atenciones” suplementarias y las “menciones rotativas”).

“¿Hasta cuándo le durarán los dólares al otrora feliz Goar Mestre? –se pregunta la revista *Damas y damitas*–;

salvo muy honrosas excepciones, la mayoría de sus programas salen al aire sin el razonable y lógico apoyo comercial.”

Si el panorama es sombrío en materia de comercialización y finanzas, al menos es luminoso en programación. Massa, secundado por Julio Picos, es un ejecutor nato que “argentinizó” algunos ciclos sugeridos por el grupo cubano y propone otros que tendrán gran repercusión. Pero su hallazgo máximo, y clave para el despegue inicial de Canal 13, se resume en un eslogan que muy pronto ocupará su pantalla: “En el 13 no hay verano”.

En cuanto comienzan los calores y los porteños inician su éxodo anual hacia las playas y otras localidades turísticas, Buenos Aires se aletarga.

La televisión, entregada también a la mansa siesta veraniega, baja por completo la guardia hasta marzo y, a veces, hasta abril. Los contratos de las grandes figuras expiran en diciembre y los programas más vistos terminan sus emisiones para retomar en el otoño siguiente. Las pantallas de la TV quedan repentinamente en soledad, a merced de viejas películas y programas reciclados que despiertan escaso interés en la audiencia.

Y, sin embargo, reflexiona Massa, siempre es más gente la que se queda en Buenos Aires durante el verano que la que se va. La masa total de televidentes potenciales, concluye, no disminuye significativamente en momento alguno.

Mientras los otros canales se desentienden de sus televidentes porque creen que no queda nadie frente a sus pantallas, los programas del 13 que se perfilan como exitosos continuarán en el aire en enero y febrero, más otros nuevos de igual impacto. “En el 13 no hay verano”, repiten incansablemente las promociones del canal.

El veredicto de los números no se hace esperar. Las

flamantes empresas de medición del *rating* –una palabrita que a partir de ese momento comienza a ser utilizada con intensidad–, IPSA y el Instituto Verificador de Audiencia (IVA) señalan un crecimiento del parque televisivo. A los 650 mil hogares con televisores de 1960, se agregan al año siguiente otros 160 mil. Canal 13 ya alcanza con sus emisiones a 520 mil televidentes, más del doble que un par de meses atrás. En abril del '61, el 13 se pone cabeza a cabeza con el 9, hasta entonces dueño de la audiencia. Y a partir de mayo, la emisora de Constitución se sitúa en la punta. De allí no se moverá más.

–Señor Mestre, vengo a felicitarlo porque esto va muy bien –el representante de una empresa alimentaria de primera línea se revuelve risueño en su butaca frente al hombre que la revista *Ahora* acaba de bautizar exageradamente como “el Simón Bolívar de la pantalla hogareña”– y vengo a verlo porque es intención de mi empresa invertir 21 millones de pesos en publicidad en Canal 13.

Al presidente de Proartel se le iluminan los ojos porque, aunque la audiencia ha comenzado a crecer a buen ritmo, los números siguen sin cerrar.

–Pero déjeme decirle cómo operamos nosotros, ya que como tenemos dos agencias, compraremos los espacios directamente. Ahora bien, necesito saber qué descuentos me va a hacer sobre esta operación.

Mestre esboza media sonrisa, revuelve en uno de sus cajones y saca una caja de habanos Montecristo N° 3.

–¿Puedo ofrecerle un cigarro?

–No, le agradezco, pero no fumo.

–Pero algo tengo que hacer para congraciarme con usted porque la respuesta que voy a darle no le va a gustar. Nosotros no podemos darle ningún descuento especial, sencillamente porque no se lo hacemos a nadie.

El hombre reaparece unos cuantos días después.

–Ya no tengo 21 millones. Me quedan 17 y quiero colocarlos en su canal porque esto va muy bien. ¿Y qué descuento me va a hacer? –se empecina el avisador.

–No sea malo –Mestre, fatigado, apela a sus armas de seducción diplomática–, usted viene por aquí, me enseña los billetes, y después se va y me deja a mí deprimido. Lo siento, no puedo hacerle ningún descuento.

–Entonces déjeme decirle una cosa: los 17 millones de pesos que tengo son suyos y quiero, además, felicitarlo. No sabe lo bien que le hace al mercado una posición como la suya.

Antes de salir al aire Canal 13, Roberto Noble, director de *Clarín*, invita a Mestre a su departamento de la avenida Santa Fe y le hace servir caviar en una sopera de plata, pensando en una posible asociación. Noble termina por cansarse de las vueltas de Mestre y todo queda en la nada. Treinta años más tarde, su viuda, Ernestina Herrera, se convertiría en dueña de la emisora.

Mestre mantiene agotadoras reuniones con sus gerentes y en su despacho hay varios televisores, no sólo para seguir su propia programación, sino también las de la competencia. Realiza anotaciones sobre lo bueno y lo malo que observa en lo propio y en lo ajeno en papelitos que luego reparte incansablemente entre sus ejecutivos. Recorre Canal 13 y Proartel que forman parte, en realidad, de un mismo cuerpo indivisible, aun cuando hay unos carteles que indican dónde comienza una empresa y termina la otra– y, obsesivo por la limpieza, es usual verlo malhumorado levantando colillas de cigarrillos. Eso no significa que intente hacerlo todo él. “Jamás he leído el libreto de un solo programa –se jacta Mestre–; el presidente de una empresa es como el director de una orquesta: debe saber dirigir, pero eso no lo obliga a saber ejecutar cada uno de los instrumentos. Ahora, eso sí, debe saber llevar la batuta y percibir cuándo un instrumento desafina.”

Ya cerca de un 60 por ciento de la programación de Canal 13 es producida en sus propios estudios. Pero ciertos enlatados – *Papá lo sabe todo*, *El hombre del rifle*, *Ruta 66* y *Los Picapiedras*– también obtienen gran repercusión. La lista de programas propios es interminable: *Historia de jóvenes*, con Violeta Antier; *Un cualquiera*, con Mario Fortuna; *Ana y Pepe*, con Ana María Campoy y José Cibrián; *Crimen en re bemol*, con Jorge Salcedo; *Buenas noches, destino*, con Luisa Vehil y *Yo fui testigo*, con Enzo Ardigó. Comienza el *Teatro Palmolive del aire* y otras tiras más que el *rating* coloca bien arriba.

El rubro musical se abre paso con tres títulos inmediatamente exitosos: *Casino Phillips*, con pretensiones de gran show; el juvenil *Escala musical* y el célebre *El club del clan*, punto de arranque para Palito Ortega, Violeta Rivas, Raúl Lavié y otras figuras que llegarán a ser muy populares.

Proartel es una fábrica de sucesos televisivos inevitablemente ingenuos, planificadamente apolíticos. *El show de Pinocho*, con Juan Carlos Mareco, *Telecómicos*, *Los cinco latinos* y *El amor tiene cara de mujer*, conforman una fuerte avanzada. Un cóctel donde tampoco faltan Carlos Balá, las mellizas Legrand, Antonio Prieto y Dringue Farías.

Los dos “Pepes”

Sin embargo, el “rey” indiscutible del *rating* es un tímido actor que Mestre conoce bien desde hace años. En 1948, un argentino había aparecido por Radiocentro, en Cuba. Debutó primero en la radio, pasó a la televisión en cuanto se inauguró y no tardó en conquistar al público cubano. Cuando Mestre tuvo que venirse a la Argentina, lo siguió aunque él dudaba de que su humor ingenuo y sencillo

fuera aceptado en su país. En cuanto su divertida cara asoma por Canal 13, los viernes a la noche, se convierte en una verdadera sensación. Su programa es el más visto de la televisión argentina y cada vez que su millonario contrato está por vencer, se repite la misma escena en la oficina de Mestre.

—Bueno, Pepe, tenemos que hacer un nuevo contrato.

—Cómo no —contesta tímidamente el popular actor.

—Bien —repite el titular de Proartel—, ¿y cuánto ponemos ahora?

—Eso lo decide usted —dice el dueño de 50 y más puntos de *rating*.

Su respuesta invariable obliga a Mestre a pagarle cada año más que si ambos se hubiesen puesto a negociar duramente como le sucede a menudo con las grandes estrellas. Es el inventor del “patapúfete”, de “¡qué suerte para la desgracia!” y de una variada galería de personajes desopilantes que él mismo compone. Pepe Biondi, el N° 1 de la pantalla chica, el tipo que hace reír a medio país, es el ejemplo máximo de lo que Mestre pretende que no tengan los programas de humor: ni chabacanerías ni chistes groseros o de doble sentido. Por eso hace desmontar, a pocas horas de su estreno, una revista en el Avenida con Biondi a la cabeza, a causa de su entorno demasiado audaz. Pero Biondi es dócil y acepta los mandatos de Mestre sin discutirlos, no así Luis Sandrini, que supedita la firma de su nuevo contrato a que se le haga un lugar a un ciclo encabezado por su esposa, Malvina Pastorino. Y lo consigue.

Oscar Luis Massa también piensa en otro Pepe, en su origen un payaso de circo y en los últimos años primera figura de los teatros de revista y acostumbrado a cultivar el género cómico con algo más que picardía. El uruguayo se encierra en largas reuniones con José Marrone para depurar su estilo y encontrar el punto justo de equilibrio para

ponerlo al frente de un programa de TV. *Los trabajos de Marrone* gana el apoyo masivo del público y sin ninguna procacidad. Aunque ha tenido que resignar buena parte de su verde repertorio, remata invariablemente cada cuadro con su clásico “¡¡¡Cheee!!!”.

Azules y colorados sobre Canal 13

El 13 se despega progresivamente de la competencia, mientras el cielo político vuelve a oscurecerse. Los juegos pendulares de Frondizi se despliegan en el marco de militares dispuestos a jaquearlo cada vez con mayor intensidad.

En marzo de 1962, terminan deponiéndolo, aunque sin asumir el poder, provisoriamente a cargo del titular del Senado, José María Guido, quien llama a elecciones generales para 1963. El Ejército pone melodía de cañones a su sobresaltado interinato.

El estado deliberativo de los uniformados desemboca muy pronto en una profunda fractura. Azules y Colorados sacan sus tanques a la calle. El centro de la ciudad se convierte en campo de batalla.

Mestre, quien se ha mudado a Alvear y Schiaffino, recibe un domingo al mediodía un alarmante llamado telefónico del canal.

Azules y Colorados se bombardean en Constitución cerca de Proartel y Canal 13. Desde la terraza de su propio edificio, Mestre observa a la distancia las densas columnas de humo que se elevan al cielo. Por vez primera, Mestre toma conciencia de que nuevamente se ha equivocado de país.

Perón mira otro canal

Buenos Aires, mayo de 1974

En la concentración por el Día del Trabajo, el 1º de Mayo, las gruesas columnas de la Juventud Peronista y Montoneros deciden retirarse de la Plaza de Mayo. Perón los despide como un padre ofuscado llamándolos “estúpidos e imberbes”.

El clima político se enrarece al mismo tiempo que la salud de Perón se resquebraja con los primeros fríos y una incorrecta administración de sus medicamentos y descansos. En vez de revertir estas causas, López Rega acelera los tiempos de Perón empujándolo a definir algunos temas pendientes. Y reaparece con fuerza el dormido asunto de la televisión.

El martes 28 de mayo los gremios relacionados con el medio esperan en la Sala de Situación de la Casa de Gobierno el comienzo de una reunión que todos consideran desmedidamente trascendental: suponen que Perón anunciará la anhelada estatización de la TV.

Llegan el presidente y su sombra, el ministro y astrólogo José López Rega.

—Quiero presentarle —le dice Emilio Abras, con su cara regordeta y pálida— a los distintos representantes de las organizaciones sindicales vinculadas con el quehacer televisivo.

—Los escucho —dice Perón escoltado por el ministro de Trabajo, Ricardo Otero, y el titular del Comité Federal de Radiodifusión, general Diego Perkins.

—Gracias por atendernos, general —abre el fuego Enrique Ferradás Campos, máximo representante del Sindicato Argentino de Televisión—; la televisión privada ha demostrado su falta total de interés en servir al país. Entendemos que el Estado debe asumir la conducción de los canales, afectando también a las productoras de programas.

–Muy bien –asiente risueño Perón, mientras clava sus ojos en el actor Luis Brandoni, quien se dispone a decir lo suyo.

–Nuestra asociación, señor Presidente –opina el titular del gremio actoral– cree que éste es un momento óptimo para tomar una decisión verdaderamente trascendente que hace tanto a la cultura nacional como a la penetración ideológica. Entendemos que, bien administrados como creo que van a estar, si la televisión en el plano privado ha dado ganancias, como el Estado es menos ambicioso que una empresa particular, supongo que va a andar muy bien...

Pedro Gotfraind Marengo, de la Sociedad Argentina de Locutores (SAL) compone su voz y se lanza al ruedo. Y luego, Luis Álvarez, del Sindicato Argentino de Prensa, y también José Conte, del Sindicato Único de Espectáculos Públicos.

–Señores –todas las miradas se dirigen expectantes hacia el presidente–, he escuchado con gran complacencia lo que acaban de exponer.

La voz cascada de Perón suena por momentos errática y hasta contradictoria. Varias miradas confundidas se cruzan en silencio. En el comienzo se muestra entusiastamente estatista, pone como ejemplo a la televisión pública europea –sus asesores deberían haberle informado que el sistema comienza a crujir en Francia y, particularmente, en Italia, donde en poco tiempo habrá una incontenible erupción de emisoras privadas– y sostiene que sólo debe servir a los intereses de la comunidad.

–Sin embargo –sorprende–, el Gobierno ha preferido que este problema se vaya sedimentando solo –aunque enseguida vuelve a halagar los oídos de los gremialistas–; creo que esto lo deben resolver ustedes que son los que conocen el problema. Los demás están tocando de oído. Por eso la intervención de los que están en el oficio es para mí

un factor determinante. Nadie puede opinar como aquel que está con los dedos en la masa (sic). Yo decidiré lo que decidan ustedes.

–Siendo así –Luis Brandoni se le anima con la intención de que las palabras del viejo mandatario no queden en la nada–, nos ponemos a disposición de usted o de la Secretaría de Prensa y Difusión para empezar a trabajar ya en este asunto de la nacionalización –palabra que Perón no ha pronunciado– de la televisión.

–Muy bien –asiente Perón.

–Nadie mejor que los que sufrimos la explotación –dramatiza el titular de la Asociación Argentina de Actores– conocemos este métier. De modo que –insiste– estamos a su entera disposición.

–Encantado –el presidente, eximio cultor del doble mensaje, retoma ahora sin interrupciones la otra línea de su mensaje, desconcertando a los sindicalistas presentes–; oigo críticas sobre programas que para algunas personas son de bajo nivel. Pero es que en el pueblo hay de todo: bajo y alto nivel. Hay que tener cuidado de no perder el interés público –parece regañar Perón a sus propios visitantes que acaban de esbozar muy generalizadamente sus proyectos de “culturizar” la TV–; hay que darse cuenta de que ven la televisión desde la última villa miseria hasta el palacio más encumbrado de Buenos Aires y cada estamento tiene sus preferencias.

Perón aburre con obviedades sobre el uso educativo de la TV, aunque seguidamente tiene un recuerdo hacia los programas humorísticos porque “los veo a todos ya que hay un momento en que uno necesita entretenerse un poco”.

Libre de prejuicios –¿o confundido?– entremezcla alegremente y sin culpa argumentos estatistas y privatistas.

–Tampoco creo que el Estado deba hacer sectarismo en la televisión porque es una forma de hundirla. La TV es

de todos y, en consecuencia, debe actuar con absoluta liberalidad y sin presiones de ninguna naturaleza, con acceso a todos los políticos. Hoy podrá uno insultar a otro y mañana ése insultará al anterior, pero no intervenimos para darle la razón al primero o al segundo. La gente discierne y no se traga todo lo que se dice. En 1945 todos los medios masivos de comunicación estaban contra nosotros y ganamos las elecciones. En 1955 todos estaban a favor nuestro, porque eran nuestros la mayor parte y nos echaron, y en 1972 estaban todos contra nosotros y les ganamos por el 60 por ciento. De manera que, vamos –jocosamente, el general todavía echa mano a modismos que se le han pegado en el exilio español–, todo es relativo en esta vida. Nuestro pueblo es bastante listo. No tendremos una gran cultura política, pero estamos profundamente politizados. Hay que ir elevando esa puntería –Perón recorre con mirada burlona a los sindicalistas que lo miran embelesados como si fuera Dios– hasta llegar a tener esa cultura que nos permita luchar con las ideas, no a patadas ni con bombas que no dan ningún resultado. La TV tiene que estar dentro de ese camino. Señores –apura ahora el final–, yo nos les quiero dar la lata que ustedes de esto saben mucho más que yo.

La vocecita intermitente y entrometida de López Rega devuelve a todos a la realidad.

–Que cada una de las organizaciones vaya haciendo un estudio de las necesidades del mundo de la televisión, a fin de que puedan trabajar con libertad y comodidad. De esta manera, se le facilitará la tarea al señor secretario de Prensa y Difusión y al Gobierno.

–Bueno –otra vez Perón–, lo dejamos al secretario de Prensa que trabaje. Estamos como siempre a las órdenes. Muy buenos días y muchas gracias.

Perón no se decide

¿Qué es lo que quiere hacer realmente Perón con la televisión? El anciano presidente continúa buscando la respuesta definitiva mientras mira de reojo *Polémica en el bar* en el comedor de la residencia de Olivos. Atiende, de a ratos, los secreteos al oído de alguno de sus invitados –en verdad son pocos los que pueden compartir con el líder sus momentos de distensión–, y extraña las disparatadas “sanatas” de Fidel Pintos, a quien no hace mucho aludió risueñamente en un discurso, y que acaba de morir.

El 30 de mayo, Perón recibe en la Casa Rosada a los conocidos animadores Antonio Carrizo y Juan Carlos Mareco y al interventor de Canal 9, el periodista Omar Gómez Sánchez. También están Emilio Abras; su asesor jurídico, Arturo Pellet Lastra, e, infaltable, sentado a la izquierda del presidente, José López Rega.

Gómez Sánchez, en metáfora gris y forzada, compara a la TV con una farmacia.

–... Pero esta farmacia ha estado vendiendo alcaloides, cuando lo que debe hacer es vender penicilina. Ha llegado el momento en que la televisión dé salud y no enfermedad al pueblo.

Mareco, quien siempre ha trabajado en programas de humor y entretenimientos claramente pasatistas, se pone repentinamente serio.

–Como no haya una televisión que eduque a la gente, no tiene objeto su existencia. El único camino viable para un medio de difusión tan importante como éste es la nacionalización.

Carrizo, levemente incómodo, busca un discurso conciliador.

–Estamos dispuestos a ofrecer toda nuestra colaboración –carraspea– para perfeccionar un sistema que, evi-

dentamente, es perfectible y que en el país ha adolecido de muchos defectos, aunque también tuvo algunos aciertos...

Esa mañana, Perón parece estar, por fin, cerca de tomar alguna decisión respecto del futuro de la TV. La presión de su entorno está por rendir los resultados esperados.

—Se había acordado hacer una comisión para que estudie la situación, pero como posiblemente va a tardar mucho en expedirse —Perón todavía muestra dudas en avanzar sobre los canales—, tal vez sería conveniente que comenzáramos a adelantar el trabajo, preparando el terreno. No se puede esperar más tiempo.

—El Gobierno está estudiando esto con toda seriedad —interviene feliz López Rega, decidido a estampar su propia máxima—; porque, por encima de todo, se trata de recuperar el ser nacional.

—Para mí, la televisión es un servicio público —a Perón el tema lo aburre—; algunos dicen que el Estado es mal administrador, pero cuando tiene personal suficiente y bien capacitado no tiene por qué administrar mal.

—La televisión estatal —parece disculparse Abras— no presupone que esté al servicio del Poder Ejecutivo o del Gobierno, sino del Estado en su conjunto.

—No creo tampoco que la televisión pasada a manos del Estado —López Rega prueba su ineficacia como adivino— pueda ser un medio deficitario.

—Aseguramos la absoluta libertad de expresión —garantiza Perón, aunque con una pequeña salvedad—; sólo se trata de combatir la maledicencia que pueda escudarse tras ella y que sea perjudicial para el Estado y para el país.

Y López Rega, una vez más, mete baza, con un cierre a la altura de las circunstancias.

—Con el juguete propio (sic), seguramente los muchachos van a hacer cosas muy buenas...

Sin embargo, Perón no se decide. Cuando Julio Gon-

zález, secretario legal y técnico, le lleva el texto del decreto de estatización de los canales, el presidente lo despide de manera contundente.

–Yo no firmo esto –le dice con evidente fastidio, mientras le da un golpecito a la hoja con su dedo índice para apartarla de su vista.

Teleonce advierte, en su solicitada del 2 de junio de 1974, que “los bienes de los permisionarios no son del patrimonio del Estado mientras no medie la transferencia en forma legal; ni puede el Estado, ‘manu militari’, incautarse de ellos sin avanzar peligrosamente sobre las garantías constitucionales”.

En cuanto al “mercantilismo” supuesto de los canales privados, Jorge Alcaráz, presidente de Canal 13, responde con una lógica descarnadamente atendible.

–Nadie –responde en una entrevista– pone un negocio para hacer beneficencia; los negocios existen para dar dividendos.

El radicalismo observa con preocupación la nueva ofensiva contra la TV privada. Su jefe máximo, el doctor Ricardo Balbín, se entrevista con el ministro del Interior, Benito Llambí.

–No compartimos –dice el titular de la UCR a los periodistas al término de la reunión– el pensamiento del gobierno sobre el problema de la televisión. El general Perón dejó entreabiertas las puertas porque evidentemente aquí va a haber un planteo y nosotros en el Senado nos vamos a oponer.

A diferencia de Romay y, particularmente, de García, quien inmerso en un *lobby* permanente, formula declaraciones sin pausa y utiliza intensamente a su favor las páginas de *Crónica*, Mestre deja que sus hombres –fundamentalmente Pallí y Guillani– lleven la voz cantante en las negocia-

ciones en puerta por la supervivencia privada de Canal 13 y Proartel.

El cubano no hace otra cosa que acentuar el perfil deliberadamente bajo que adoptó tan pronto se instaló en la Argentina en 1960. Su nombre aparece con frecuencia en las páginas de espectáculos y en las revistas empresariales y es habitual verlo en las más importantes fiestas y banquetes del ambiente artístico o de la alta sociedad. Pero, en definitiva, no hace demasiado para estar en el candelero. En verdad, nunca ha podido superar su complejo de extranjero –aun cuando ha adoptado la ciudadanía argentina en 1968– y obra en consecuencia.

Ahora que la televisión se encuentra en el ojo de la tormenta, Mestre cree que debe guardar un silencio aún más profundo.

La postura de Proartel

Mestre destinó a uno de sus ejecutivos de mayor confianza, Alfredo Suescun, a recorrer el mundo para que tomara nota sobre el estado de la televisión, principalmente en América latina, los Estados Unidos y Europa.

A su regreso, reunió toda la información en un librito, que no pretendía ser exhaustivo. No llegaba a las cien páginas y llevó por título *Televisión argentina: un enfoque nacional*. Y, para estar a tono con la época, ilustró su tapa con los colores de la bandera argentina. No hay firma de autor alguna en ella, pero sí figura como pie de imprenta el logo de Proartel. En la introducción se destaca el espectacular crecimiento, hacia 1973, con ocho estudios, 613 empleados, 18.600 metros cuadrados propios (con intenciones de aumentarlos a 22 mil en poco tiempo) y la producción de 105 horas semanales de programación, que no incluyen las de

Telecontinuado en Trasnóche, una seguidilla de filmes y series con los que la emisora de Constitución se mantiene en el aire casi las 24 horas del día.

“Si la televisión está únicamente en manos del Estado —dice el libro que Mestre mandó a escribir—, puede que por política partidista intente resaltar aciertos y ocultar fracasos, poniendo así la televisión al servicio de los gobernantes y no de la ciudadanía. Si está únicamente en manos privadas, puede ser que cumpla sólo parcialmente con su finalidad social. Es necesario entonces que no sea monopolio de nadie.”

Al despuntar junio, Mestre da el *okey* para salir en los diarios con una serie de tres solicitadas a toda página que sumen la voz de Canal 13 y Proartel al intenso debate en torno de la TV. Trabaja personalmente durante una semana en ellas y en el ajuste final participan David Ratto, Aníbal Vigil, Juan Pallí y Serafín Guillani.

La primera solicitada reconoce al gobierno y al Congreso “el derecho a replantear dentro del orden jurídico existente el tema de la televisión en toda su profundidad, con vistas a adoptar el sistema que, a su juicio, mejor pueda satisfacer las necesidades y preferencias del ciudadano televidente”.

Tres días más tarde, el viernes 7 de junio, Canal 13 publica una segunda y todavía más amplia solicitada sobre las ventajas y desventajas de la TV estatal y privada, que concluye con una manifiesta defensa del sistema mixto.

Canal 13 alienta a mantener y mejorar dicho esquema aun adjudicando las licencias “a nuevos grupos de ciudadanos”. “Pero no se cometa el grave error —implora— de instaurar en la Argentina un monopolio estatal que, salvo excepciones, ha demostrado su fracaso en todas partes.”

Balbín vuelve a la Casa Rosada en busca de Perón, y a la salida, los periodistas se le abalanzan.

–Ha quedado bien claro –declara, con su habitual estilo parsimonioso– que, en definitiva, no hay nada resuelto. Por el contrario, estos temas serán tratados en la misma forma que otras leyes fundamentales en el Parlamento.

El titular del Comité Nacional de la Unión Cívica Radical suspira suavemente y dibuja una plácida sonrisa en su rostro achinado.

–Personalmente creo que las cosas seguirán como hasta ahora, es decir, sin tomar ninguna decisión.

Se equivoca Balbín. Es el sábado 8 de junio de 1974 y faltan apenas 23 días para que el país –y no sólo la TV– se hunda imprevistamente en una de las encrucijadas más terribles de su historia.

Aparece Time-Life

Buenos Aires, 1962

Mientras nubes de pólvora cubren Constitución, Goar Mestre cae trágicamente en la cuenta de que, por concentrar prácticamente todas sus inversiones más importantes en un solo país –primero en Cuba; ahora en la Argentina–, está demasiado expuesto a que la historia, en uno de sus bruscos y habituales vaivenes, lo voltee por segunda vez.

Con la mayor parte de su repentinamente reducido capital invertido en Proartel, Mestre iniciará un operativo audaz de autosalvataje. Intentará deshacerse de un porcentaje de sus acciones para convertirlo en efectivo y ponerlo a buen recaudo. Un “Valium”, lo llama, un reaseguro económico que descansa en una cuenta bancaria muy lejos de sobresaltos azules, colorados o de cualquier otro color.

Luego de afirmarse en forma descomunal en el mer-

cado de las revistas de noticias y actualidad, Time-Life había comenzado a explorar el mercado televisivo, instalando cinco emisoras de aire en los Estados Unidos y cableando el 50 por ciento de la ciudad de Nueva York. No conforme con ello, la flamante Time-Life Broadcasting posa también sus ojos en América latina. Ya en 1960, no teniendo idea de por dónde empezar, encomendó a Martín Codel, director-editor de *Television Digest* –una *newsletter* apreciada por su completa y valiosa información en la materia–, darse una vuelta por los países del área para relevar el terreno y encontrar alguna puerta por donde meterse. En Buenos Aires el viajero se topa con Mestre. Vivamente impresionado por su personalidad y experiencia, Codel no duda en recomendarlo a Time-Life.

Esta inesperada carta de presentación y algún otro efecto en cadena –“Si CBS se asocia con Goar Mestre, por algo será”, razonan en Time-Life– le facilitan el ingreso casi triunfal a la editorial que quiere hacer TV en América latina y que acaba de tender otra importante línea por el lado del Brasil, con Roberto Marinho, propietario del diario *O Globo*, para fundar una televisora en Río de Janeiro.

Mestre ostenta un negocio todavía mucho más atractivo que el de Marinho: tiene productoras de programas y emisoras funcionando en Lima y en Buenos Aires, a las que está vinculada la CBS. Sólo deben ponerse de acuerdo con los números. Y Goar ya tiene una cifra que desde hace algún tiempo le ronda en la cabeza: un millón de dólares a cambio de un 10 por ciento de la productora limeña y otro 10 por ciento de la productora porteña.

–Está bien, me sospeché que usted iba a venir con una cifra parecida –dice Weston Pullen, presidente de Time-Life Broadcasting–, y ¿cómo quiere que le pagemos ese millón?

Mestre se permite una humorada:

—En billetes de a uno para contarlos y calmarme los nervios cada vez que me sobra media hora.

Tan ansiosa está Time-Life por hacer TV que pasa por alto, sin importarle demasiado, algunas complicaciones que estallan casi paralelamente en tres de los países latinoamericanos en los que acaba de interesarse: enfrentamientos castrenses en la Argentina, golpe militar en el Perú y estallido revolucionario en Venezuela.

Mestre logra un acuerdo con Time-Life Broadcasting para que intervenga en la operación peruana. Viajarán hacia Lima su presidente, Weston Pullen, y el director de finanzas, Andrew Murtha, para interiorizarse in situ del negocio que están por cerrar. Desde Buenos Aires, un nervioso Mestre debe localizarlos a pocas horas de su partida para evitar que lleguen a la capital peruana en medio del imprevisto golpe militar del general Nicolás Lindley, ocurrido el día anterior, episodio grotesco que seguramente ocasionaría una pésima impresión en los norteamericanos. Con reflejos más que rápidos replantea el acuerdo con Time-Life, liberándolos de su compromiso en el Perú. En su lugar, les ofrece una participación del 12,5% en Proartel de la Argentina, por el millón de dólares convenido.

Al menos, cuando Pullen y Murtha llegan a Buenos Aires, los Azules y Colorados ya han descargado todos sus pertrechos en la calle y se han replegado serenamente a sus comandos. En Caracas, en cambio, las cosas se complican.

—Estás loco, Goar, si crees que puedo convencer a nuestro directorio de que haga una inversión en un país como Venezuela que está en la primera página del *New York Times* desde hace dos días por la revuelta de Puerto Cabello —lo despacha Merle Jones.

—¿Y usted como se siente en relación con el presente y el futuro de Venezuela? —ataca Mestre ante Andrew Heiskell, presidente del directorio de Time Inc., la empresa madre de la subsidiaria Time-Life Broadcasting.

—Muy bien. No estoy de acuerdo con Merle Jones. No me asustan fácilmente estas típicas conmociones latinoamericanas —*mister* Heiskell no hace otra cosa que poner de manifiesto una vez más las concepciones distintas y hasta a veces encontradas que separan, e incluso enfrentan, al directorio de Time con el de CBS—; ustedes los latinos siempre están agarrándose a tiros, en medio de revoluciones y golpes de Estado, pero eso no quiere decir nada. Creo que Venezuela va a ser un mercado estupendo.

El negocio de Puerto Rico

Una década atrás, abocado al intento de vincularse con empresas extranjeras, Mestre se topó con José Ramón Quiñones, un puertorriqueño solterón y dueño de una radio en su país, con quien había trabado amistad durante las convenciones de la AIR.

~ En 1954, Quiñones, en representación de la Ponce de León Broadcasting Corporation, con un 80 por ciento, y los hermanos Mestre con un 20 por ciento, habían puesto en marcha Wapa TV (Canal 4) en San Juan de Puerto Rico. El arranque fue duro porque hubo que poner mucho dinero y asistir al socio mayoritario que, si bien lo tenía, no quería invertirlo en la empresa. Quiñones, aunque considerado por los Mestre como una buena persona, no siempre parecía demasiado listo, pero a la hora de defender su dinero lo hacía con uñas y dientes. De suerte que los socios minoritarios terminaron prestándole a la nueva empresa casi 400 mil dólares. Esos continuos desembolsos no hacían muy felices a los Mestre pero, a la larga, resultaron providenciales. Aquel dinero escapó a tiempo antes de que Castro les congelara las cuentas bancarias.

Tras Puerto Rico, Mestre intentó, sin éxito, conquis-

tar Colombia en plena dictadura del general Gustavo Rojas Pinilla, cuya debilidad por la TV se inició probablemente en cierta visita que hizo a CMQ. El Perú, en cambio, lo recibió con los brazos abiertos.

Perú: los hermanos sean unidos

Promediaba la década del 50 cuando, llevado por una de las habituales reuniones de la Asociación Interamericana de Radiodifusión, Mestre aterrizó en Lima.

A pesar de que se entrevistó con encumbradas personalidades de la prensa y de la radiofonía, sólo pudieron deslumbrarlo dos jóvenes de poco más de veinte años, Genaro y Héctor Delgado Parker, quienes regenteaban una radio que habían bautizado con el nombre de Panamericana. Con más ganas que dinero, los Delgado Parker soñaban con el canal de TV propio. Viajaron a Cuba para conocer Radiocentro y avanzar en el proyecto, poniéndose cerca de Mestre.

En la competencia desatada en la naciente TV peruana, tan pronto el presidente Prado Ugarteche llamó a licitación en 1959, los Delgado Parker estuvieron allí firmes, dispuestos a llevarse el mundo por delante con tal de conseguir un canal. No eran poderosos, pero se movían con habilidad en los despachos oficiales y seducían con buenos modales y candorosas promesas a los grandes empresarios. No podía extrañar que, aun ganando el canal técnicamente peor dotado, no se amilanaran y celebraran su asociación con Mestre, convirtiéndose en propietarios exclusivos del Canal 13 de Lima, en tanto Mestre fundaba Pantel, la productora que los abastecería de programación.

Los Delgado, en su apuro por triunfar, resultan desprolijos y lucen comercialmente desorganizados. El ímpetu que los envuelve sólo parece alcanzarles para buscar

nuevos negocios, pero no para hacer crecer y consolidar los que ya tienen entre manos. Es lo que les ocurre con el canal limeño: aun cuando todavía no han superado su debilidad inicial, Genaro y Héctor ya se ilusionan con la exportación de programas al resto de América. Mestre viaja mensualmente a Lima, en tanto su brazo derecho, Juan Pallí, se mete un poco más en el asunto. Las casualidades históricas hacen que el Canal 13 de Lima haya salido al aire el 1º de octubre de 1959, exactamente un año antes que el Canal 13 de Buenos Aires. Pero sólo hasta allí llegan las coincidencias, porque mientras la emisora argentina se perfila rápidamente como exitosa en todos los aspectos, la estación peruana crece a los tumbos y con dificultad en un mercado mucho más reducido. Los Delgado aceptan mansamente las indicaciones y sugerencias de Mestre, pero, una vez que levanta vuelo nuevamente hacia Buenos Aires, nada sucede tal cual ha sido previsto. Esta situación, repetida a lo largo de los años, termina por cansar definitivamente a Mestre. En 1965, los hermanos Delgado Parker mencionan la posibilidad de comprarles sus partes a él y a CBS. Antes que sus fatigados socios puedan contestar nada, los Delgado suman al descalabro la compra del Canal 2 de Lima.

Los ilusiona la providencial aparición por Lima de Joe Linten, un exitoso empresario belga, dueño en Madrid de Movierecord –un fabuloso negocio de anuncios en cines de España y Portugal– dispuesto a todo con tal de establecer un imperio televisivo a nivel continental.

Advertidos de su ansiedad por iniciarse en el negocio, Mestre y los Delgado no dejan pasar la oportunidad y le venden Canal 2 en más de 700 mil dólares. “Por poco le arrancamos el brazo”, confiesa Goar.

La venta de Canal 2 oxigena un poco las sufridas finanzas del Grupo Delgado Parker/Mestre/CBS. El canal 13

limeño sigue firme en primer lugar, pero su desorganización innata opaca ese éxito.

Mestre ya ha logrado convertirse en un personaje de fuste en esa Lima que no logra desprenderse de su modorra colonial y hasta se pasea por *best-sellers* literarios que dan la vuelta por toda América. Mario Vargas Llosa entremezcla, en las primeras páginas de *La tía Julia y el escribidor*, realidad autobiográfica y ficción en un colorido relato que tiene que ver con el mundo de la radio. Refiere allí, no sin exageración, que Radio Panamericana compraba carradas de libretos de radioteatros a la CMQ, “una suerte de imperio radiotelevisivo gobernado por Goar Mestre, un caballero de pelos plateados al que alguna vez, de paso por Lima, había visto cruzar los pasillos de Radio Panamericana solícitamente escoltado por los dueños y ante la mirada reverencial de todo el mundo”. Vargas Llosa, o su informante, erraron grueso al describir a Mestre en verdad un caballero de pelos escasos y de color castaño y no plateados, que así los tenía Merle Jones, el pope de la CBS.

En los primeros meses de 1968, Goar Mestre se libera por fin de los Delgado, quienes les compran su parte a él y a la CBS en un plazo de cinco años, aunque arrancando con un respetable período de gracia.

Mestre y CBS salen a tiempo de Lima, algunos meses antes de que el general de división Juan Velazco Alvarado deponga al presidente constitucional Fernando Belaúnde Terry. El nuevo gobierno castrense, de sesgo izquierdista, pretende manejar la economía con mano dura, desplazando a los grandes grupos de poder.

Los Delgado Parker no aceptan entregarse de pies y manos a los caprichos gubernamentales y prefieren pleitear luego ante la Justicia cuando el cuarto de hora revolucionario haya pasado.

Mientras tanto, tendrán la no muy feliz ocurrencia de

mudarse a la Argentina. La mala suerte los perseguirá hasta la localidad de Martínez, en las afueras de Buenos Aires, donde se aposentan por un tiempo en parte de los viejos estudios de Argentina Sono Film. Allí instalan el primer conversor de norma de América latina y comienzan a producir programas –particularmente telenovelas como la muy exitosa *Nino*, con Enzo Viena– para el mercado internacional. La buena suerte les durará apenas un par de años hasta que el peronismo los despoje en 1974 de su empresa también llamada Panamericana Televisión.

España, en la mira

En cambio, el tiempo de la suerte esquiva parece haberse disipado definitivamente del horizonte de Mestre y el porvenir le sonríe.

El dueño de Proartel crea en el paraíso fiscal de Panamá una nueva organización –Goar Mestre y Asociados– para coordinar sus diversos movimientos y operaciones en América latina. Pero el escenario continental no es suficientemente grande para contenerlo. Su incisiva mirada se clava en España y hacia allí viaja acompañado por Merle Jones. El móvil siempre es el mismo: abrir las puertas de un nuevo canal. En el comienzo de las gestiones no podrían haber ido más alto: el generalísimo Francisco Franco en persona los recibirá en su residencia, el Palacio del Pardo.

Si CBS desembarca en España no es por su propia iniciativa: una norteamericana, Aline Griffith, casada con Luis Figueroa, conde de Quintanilla y futuro conde de Romanones, venía explorando la posibilidad de establecer una empresa de TV privada para competir con el monopolio estatal de Televisión Española. Cuando advirtió que las condiciones estaban dadas, tomó contacto con su amigo William Pa-

ley, fundador, principal accionista y presidente del directorio de la Columbia Broadcasting System. La condesa, quien durante la guerra había trabajado para la CÍA como espía, abrió el camino.

Entusiasmado con esa posibilidad, el ministro de Información y Turismo, José María Fraga Iribarne, presta creciente atención a la condesa de Quintanilla y sus virtuales socios, Eduardo “Teddy” Sainz de Vicuña, un multimillonario español que ha reafirmado su condición de tal al desposar a Inés Bemberg, miembro de la acaudalada familia argentina, y Manuel Prado y Colón de Carvajal, descendiente directo del almirante que descubrió América. Merle Jones y Goar Mestre —enviados por Paley— son agasajados en salones y mesas interminables. Al lado de Mestre, en la residencia de la condesa de Alba, la actriz Ava Gardner se empeña divertida en destacar supuestas virtudes de Fidel Castro, para probar sus nervios.

A fines de 1962 llega el gran día. Jones y Mestre esperan en la amplia antesala que comunica con el despacho de Franco en el Palacio del Pardo.

Se abre media hoja de la altísima puerta de madera que separa del mundo al hombre que tiene a España en su puño desde 1939. Los visitantes contienen la respiración al avanzar por el salón de ventanales amplios y atmósfera cargada en cuyo fondo, al lado de su enorme escritorio lleno de libros y papeles, se recorta la figura pequeña del generalísimo. Medallas y condecoraciones relucientes cuelgan del pecho diminuto de Franco y parecen hundirlo contra el piso. El caudillo español les estrecha las manos sin firmeza y ocupa su sillón desde el que habitualmente escucha proyectos extraordinarios y conmovedoras declaraciones de lealtad que terminan por aburrimiento.

Sus ojitos acuosos saltan alternadamente de Jones a Mestre.

–Tengo entendido que a su Excelencia le gusta mucho la serie *Perry Mason*... –le saca conversación Mestre.

La cara de Franco se ilumina y esboza, por primera vez, una sonrisa.

–¡Ah, sí!... es estupenda –dice con su voccecita aguda y ronca el generalísimo, quien no se pierde un capítulo, hasta tal punto que en Televisión Española deben hacer verdaderos malabares cuando una reunión de gabinete se extiende más de la cuenta. La orden es estricta: la emisión de *Perry Mason*, prevista para las 22, debe a veces ser retrasada hasta que el dueño de España, liberado de sus obligaciones, pueda ubicarse frente a su televisor en El Pardo.

La entrevista es un éxito y todo un récord: 45 minutos.

Pocas horas más tarde surge un problema inesperado. Suena el teléfono en la habitación de Mestre en un céntrico hotel madrileño. La voz de Fraga Iribarne resulta inconfundible.

–Esta misma tarde luego de que ustedes se fueron, estuvo el periodista Walter Cronkite con el generalísimo grabando una entrevista para su programa *Siglo XX*... –Mestre desconocía ese dato y se sorprende pero, por fin, halla sentido al uniforme y condecoraciones de Franco... y, hombre, dadas las relaciones tan cordiales que tenemos, espero que lo trateis como amigo, vamos, favorablemente.

Merle Jones que, a pesar de tener tan alto rango en la CBS, también ignoraba por completo los movimientos de Cronkite, aun cuando *Siglo XX* fuese un programa de su cadena, se pone en guardia.

–Eso es imposible. Tenemos que aclararle que no podemos hacer ningún tipo de gestión. Además, tengo que avisar a la oficina central y enviarle una carta a Fraga para explicarle que...

–Mira, Merle –Mestre intenta sosegar a su alterado compañero–, si le decimos a Fraga que no podemos hacer

nada, estamos liquidados. Tú no lo entiendes, pero así es el sistema latino: si tú eres mi amigo, me haces el favor de tratarme bien, que yo te responderé en consecuencia; de lo contrario, no hay negocio. Si le decimos que vamos a hacer todo lo posible para que traten bien a Franco y luego, en efecto, el programa no sale tan mal, sólo correríamos un riesgo del 50 por ciento porque, claro, puede que a Cronkite le dé por no tratarlo bien. Ahora, si de entrada decimos que no podemos hacer nada, el riesgo de perderlo es del cien por ciento...

El argumento latino de Mestre no convence al anglosajón Jones, quien activa el desastre al informarle a Fraga que no podrá dar curso a su pedido. Tal cual lo había previsto Mestre, el ministro interpreta la negativa como una señal de mala voluntad, y las negociaciones, hasta entonces auspiciosas, se congelan para siempre. Y lo peor es que Cronkite, finalmente, trató muy bien a Franco.

Los hilos invisibles entre Mestre y CBS

Buenos Aires, 1964

El nombre de Goar Mestre ya tiene resonancias continentales. En Buenos Aires, la gente de Canal 7, la débil y anticuada emisora oficial, lo mira de lejos y con resignación. Pero en los canales 9 y 11 el demoledor avance de los cubanos de Constitución provoca estados de ánimo que fluctúan entre la depresión y el envidia. El 13 se aleja inevitablemente sin que sus competidores puedan neutralizar a su inquieto hacedor. Su nombre —que a Pedro Simoncini, un abogado metido a presidir Canal 11 por encargo de los jesuitas, se le antoja como un rugido de león— rebota periódicamente en varias capitales latinoamericanas. *El Na-*

cional de Caracas se pregunta si Mestre se quedará finalmente con el 40 por ciento de Televisa antes de que se la devore su propio fracaso. *Visión* aventura que comprará Televisora Nacional en Bogotá y *Primera Plana*, la revista de moda entre los profesionales e intelectuales de Buenos Aires, lo involucra con Montecarlo TV de Montevideo.

“Este hombre fue un emperador –afirma la revista de Jacobo Timerman–; este hombre fuma habanos con la displicencia de quien fuma habanos y juega con un botón casi suelto del chaleco hasta arrancarlo. Este hombre está a un paso de ser, otra vez, emperador. Si no lo es ya.”

En 1952 habría podido vender un pedazo de su CMQ a la NBC. Los yanquis husmearon tanto en sus instalaciones y papeles sin definir nada que Abel Mestre tuvo que contenerse para no echarlos a patadas.

Goar intentó, años más tarde, reflotar el tema con la gente de CBS.

Los Mestre habían tasado sus propiedades audiovisuales en 14 millones de dólares, de manera que si lograban desprenderse del 20 por ciento de las acciones, sus cuentas bancarias en los Estados Unidos habrían engordado en 2.800.000 dólares.

–Bueno, Goar –lo recibió Merle Jones después de meses de haber inspeccionado hasta el último rincón del Circuito CMQ–, estamos interesados, pero no consideramos que tu compañía valga 14 millones de dólares. Para CBS no vale más de ocho. Así que, si estás dispuesto, hacemos el negocio sobre la base de pagarte 1.600.000 dólares por el 20 por ciento de tus empresas.

Las Navidades de 1958 impusieron una pausa a las negociaciones, que se alargó por la llegada de la Revolución Cubana. Optimista al principio, y creyendo que todos los peligros se habían disipado, Mestre optó por enfriar las conversaciones con CBS. Pero cuando volvió a encontrar-

se con Jones en abril de 1959 durante la convención anual de la National Association of Broadcasters, en Chicago, la situación cubana había desmejorado notablemente. Lo que ocurrió en esa entrevista selló para siempre la amistad de Mestre con CBS.

—Y bueno, Goar, ¿qué hay del negocio? —preguntó Jones, eufórico y sin disimular sus deseos de cerrar trato allí mismo—; nosotros a lo mejor podemos mejorar algo nuestra oferta... Quizás hasta podríamos hablar de 10 millones de dólares.

—Hay un pequeño detalle, Merle —Mestre sonó grave y apesadumbrado—; tú sabes que a la hora de negociar lo hago tan duramente como cualquiera, pero hasta ahora no le he robado la plata a nadie. Y por cierto que ustedes no serán los primeros...

—¿Qué quieres decir con robar?

—Mira, si te vendo y agarro, suponte tú, dos millones de dólares, te estaría robando, porque creo que nuestro negocio en Cuba ya no vale nada. Todo se va a ir al tacho con el loco de Fidel Castro.

—¿Cómo loco? —se sorprendió Jones.

—Ojalá me equivoque. Esperemos un poco y si la cosa se despeja, nosotros les vendemos. Ahora no podría hacerlo porque sentiría que les he robado la plata.

Esta conversación y su confirmación en los hechos poco tiempo después conmocionaron al directorio de la CBS que decidió proteger y seguir a Goar Mestre donde quiera que fuera y sin pedirle explicaciones.

Tanto CBS como las otras cadenas, y también Time-Life, estaban entonces todavía muy concentradas en su propio mercado interno y no tenían mucha idea de lo que ocurría en América latina. No era el caso de Colgate-Palmolive, RCA o General Electric, menos ingenuas y con más experiencia internacional en la zona.

De allí que CBS se aferrase tanto a alguien como

Mestre para abrirse paso en el territorio desconocido de América latina, sin caer en gruesos errores como el que estuvieron por cometer en Cuba.

Confiaba tan ciegamente la CBS en Mestre que cuando el cubano se entusiasmó en explorar Venezuela, la cadena estadounidense aceptó seguirlo aunque en el fondo la idea no sedujera demasiado a sus dirigentes. A diferencia de Time-Life Broadcasting, que parecía más audaz en sus primeras expediciones latinoamericanas, CBS había comenzado a asustarse tempranamente del tembladeral político en el que estaba inmersa la región.

Paso en falso en Venezuela

Ya en los '50, cuando todavía reinaba en la CMQ, Mestre había estado merodeando Venezuela con frecuencia, siempre con la misma obsesión.

—Ustedes tienen a Pérez Jiménez y nosotros a Batista —razonaba ante Billy Phelps, el dueño de Radio Caracas, o con los hermanos Veloz Mansera de Televisa—. No sabemos a dónde nos llevarán estas dictaduras, por eso creo que la mejor forma de protegernos es intentando poner un pie en otro lugar.

Sin embargo, los venezolanos no se interesaban. La historia había condenado a los Mestre a hundirse en soledad. Las constantes idas y venidas de Goar a Caracas terminaron por convertirlo en figura para el periodismo y el mundillo empresario venezolano.

A partir de 1959, Antonio Cartaya, el contador que se ocupaba de los deprimentes números de Televisa lo cortó sin descanso.

—Lo que tú tienes que hacer, Cartaya —le sugirió entonces Mestre—, es buscarte un empresario venezolano en serio. Después veré si entro y armo algo con la CBS.

Las urgencias de Cartaya no eran **gratuitas**. Se veía venir la quiebra de la empresa en la que trabajaba y no quería sucumbir con ella.

Pronto logró interesar a Diego Cisneros en el negocio. También cubano de nacimiento, Cisneros había partido muy joven para Venezuela y pronto se volvió un grande de los negocios en su país adoptivo. Hábil como el que más, dejó atrás rápidamente sus orígenes humildes para convertirse en un monolítico hombre de negocios que hasta la mismísima Coca-Cola temía. Cisneros se las había ingeniado de tal forma para distribuir y difundir Pepsi-Cola hasta el último rincón de Venezuela que a Coca-Cola no le quedó más remedio que conformarse con apenas el 20 por ciento del mercado, una proporción insultante.

—La nuestra será una magnífica combinación —se enorgullecía Mestre meses después de engorrosas negociaciones—: tenemos el conocimiento local de un gran empresario venezolano; contamos también con toda la vasta experiencia de la principal cadena de TV norteamericana, la CBS, y tenemos esta cosa rara que es Goar Mestre y Asociados, un grupo de gente que conocemos a fondo el negocio de la TV.

Cisneros hace como que atiende a su virtual socio, pero en su cabeza ya bullen nuevas ideas.

—Mira, Diego —iluso, Mestre despliega el plan que Cisneros, en su fuero íntimo, ya sabe que no cumplirá jamás—, la principal virtud de este esquema es que tiene un equilibrio perfecto. Fíjate, si tú te portas mal, entre los gringos y el cubanito, te “metemos en cintura”. Si acaso el cubanito se porta mal y se le suben las pretensiones a la cabeza, entre los gringos y tú me ponen en caja, y si fueran los gringos los que nos jorobaran mucho, entre los venezolanos y nosotros los controlamos de inmediato.

Sin firmar papel alguno, Cisneros y Mestre —con la

bendición de Merle Jones— acuerdan de palabra el porcentaje accionario de cada parte: un 30 por ciento para CBS, otro 30 para Goar Mestre y Asociados y el 40 por ciento restante para el grupo venezolano.

La trinidad CBS-Mestre-Cisneros finalmente gana la batalla y se queda con Televisa.

—Goar, he estado pensando mucho sobre este negocio —comenta intrigante Cisneros, ya en Nueva York— y he llegado a la conclusión de que tú y yo debemos syndicar nuestras acciones porque a estos americanos los necesitamos sólo hasta cierto punto. Nosotros dos debemos tener el control de la sociedad.

—Pero eso no es lo convenido —Mestre empalidece— y echa por tierra el esquema que le he vendido a la CBS y que creía habértelo vendido a ti también y que consiste en que nadie tenga el control de esta sociedad. Si syndicamos las acciones, me sospecho que el que va a decidir en esta empresa serás tú.

Cisneros le dispara una sonrisa amenazante y lo palmea levemente.

—No tienes de qué preocuparte. Déjame que yo le venda esto a la gente de CBS.

—Señor Cisneros —Merle Jones apenas puede digerirlo—, usted sabe que eso no es lo convenido. Y si está dispuesto a insistir con esa idea, en ese caso no hay ningún problema, pero CBS no participa.

—Pero no es usted —lo atraviesa Cisneros despreciativo— quien deba decidir este asunto.

—Es tan sólo el número tres de la empresa— lo crucifica cuando le comenta a Mestre telefónicamente su voluntad de insistir en esferas más altas.

William Paley, pope de la CBS, ignora a Cisneros, pero al menos el número dos, Frank Stanton, le dispensa algunos minutos.

–Lo comprendo –le contesta secamente el presidente de CBS después de escucharlo con contenido fastidio–, pero nosotros estábamos dispuestos a hacer el negocio sobre la base que nos propuso el señor Mestre.

Cisneros encara a la gente de la ABC.

–Son los socios que necesitamos y no estos de la CBS, tan estirados y llenos de vueltas. ¿Podrías recibirlos y charlar con ellos?

Pero los treintañeros de la ABC tienen tantas o más vueltas que sus pares de la CBS.

–¿Saben una cosa, señores? –Mestre termina por enojarse–; me he hecho una promesa cuando lo perdí todo y tuve que salir de Cuba y es no volver a hacer en mi vida negocios que no me resulten verdaderamente gratos. La vida es tan corta y todo finalmente pasa tan rápido que, ¿para qué hacerse tanta malasangre? Y, créanme que lo siento, pero ya llevo aquí más de una hora y les aseguro que no estoy disfrutando de esto para nada.

–Si yo hago este negocio solo –le suplica el venezolano horas más tarde– me voy a joder y no quiero fracasar.

Mestre no entiende razones y se marcha de vuelta a la Argentina. Pero Caracas volverá a llamar a su puerta. El tenaz Antonio Cartaya había invertido meses en lograr del gobierno venezolano la onda de Canal 8. Y ahora la pone a los pies de Mestre.

Arturo Sosa, brazo derecho de los poderosos Gustavo y Alberto Vollmer, empresarios de variados rubros y propietarios del principal ingenio azucarero de Venezuela, será su socio local. Mestre convence una vez más a la CBS para que lo acompañe en el nuevo intento, no sin esfuerzo y con la ayuda de Time-Life –a diferencia de la gran cadena, dispuesta a participar en cualquier negocio de TV que le propusieran–, reedita el esquema accionario anteriormente frustrado por Cisneros: 40 por ciento para el grupo

local, 20 por ciento para CBS, 20 para Time-Life y un 20 por ciento para Goar Mestre y Asociados.

Pero ahora tendrá que competir contra las huestes del temible Diego Cisneros, quien, mientras tanto, ha logrado convertir a Venevisión (Canal 4) en la emisora predilecta del público, y también, con la experimentada Radio Caracas Televisión. Casi nada.

Mestre recurre una vez más a su fórmula infalible: una poderosa empresa productora paralela para abastecer de programación al nuevo Canal 8 de Caracas y a sus redes. Nace la Cadena Venezolana de Televisión (CVTV), adjudicataria de la nueva estación y en la que Mestre no participa accionariamente ya que se refugia, como lo ha hecho antes, en su nueva compañía: Producciones Venezolanas de Televisión (Proventel).

El desafío mayor que impone Venezuela a Mestre es el de la transmisión. El país está atravesado por diversos cordones montañosos y su capital está enterrada en medio de un profundo valle.

1º de agosto de 1964. Llega el primer *rating* tras la emisión inaugural. CVTV Canal 8 está en primer lugar en todo el interior del país pero en Caracas, curiosamente, va a la cola de los otros canales. Sus ejecutivos se quedan perplejos ante tan significativo contraste.

—Tienes problemas, ¿por qué no nos asociamos?

—Mestre reconoce la voz de Diego Cisneros del otro lado del teléfono.

—Goar, no me gusta el plan —opina Merle Jones desde un sanatorio neoyorquino donde está internado por el recrudescimiento de su flebitis—; no me agrada la idea de hacer nada con Cisneros y, además, nos está proponiendo que manejemos dos canales de TV, cuando no tenemos siquiera éxito en uno.

Sus socios norteamericanos, y particularmente los

venezolanos, están convencidos de que el fracaso se debe a la poca atención que Mestre le presta al negocio. “Voy un momento a la Argentina y ya vuelvo”, bromea siempre ante la prensa. Si bien visita Caracas con frecuencia, trata de estar allí lo mínimo indispensable.

En Caracas, todos piensan que las cosas se arreglarán cuando Mestre se traslade a vivir a Venezuela y viaje, de tanto en tanto, a cuidar sus intereses en la Argentina. La presión es grande porque CVTV acumula en poco tiempo pérdidas por cinco millones de dólares y la sangría no se detiene.

—Diego, me has ganado dos veces —reconoce Mestre ante Cisneros—; la primera vez te portaste muy mal y me hiciste una mala jugada cuando no cumpliste con lo pactado con CBS y conmigo, te asociaste a ABC y me ganaste haciéndome una porquería.

Cisneros no tendrá tiempo de aburrirse de los reproches de Mestre. Repentinamente su voz se vuelve un trueno.

—Pero el próximo que se va a joder eres tú; aquí no te salva nadie. Te va a pasar lo mismo que a mí. Vas a tener que empezar a poner más y más dinero en tu canal y a la larga, de todos modos, vas a perder, porque esta pelea la ganamos nosotros. ¿Tú te crees que William Paley, Frank Stanton y Merle Jones, que son los líderes indiscutibles de la televisión en los Estados Unidos, van a dejar que Leonard Goldenson y su ABC, que está en tercer lugar, les ponga un pie encima en Venezuela? Si piensas eso, estás muy equivocado. Sé que contaré con toda la plata necesaria para que esta estación no sólo camine, sino para que se ponga en primer lugar, del cual ni tú ni nadie nos va a mover. Entonces, o tú vas a tener que poner dinero o deberás diluirte en Nevisión, como he tenido que hacerlo yo en CVTV. Tendrán

que meter mucha, pero mucha plata, para defenderse de lo que se les viene encima. Ya lo verás.

—¿Qué es lo que me estás proponiendo, Goar? —se anima a preguntar Cisneros algo impresionado por el discurso.

—Mira —Mestre recupera la calma—; aquí hay una sola salida: ya que no nos dejan juntarnos, la solución es que alguno de los dos se quede con las dos empresas. O te compramos o nos compras y asunto concluido.

Mestre quiere vender y ha elegido el recurso de atemorizar a Cisneros para conseguirlo.

—Tú tienes la planta —el dueño de Venevisión es consciente de que son mucho mejores las instalaciones de CVTV—, pero yo tengo los *ratings*.

—*Okey*, pero ten en cuenta que los *ratings* cambian —Mestre se endurece nuevamente— y ya te los quité en el interior. Sólo me falta hacerlo en la capital. Sin duda la pelea va a ser dura y nos va a costar mucha plata, pero a ti también. Entonces hay un solo camino: o nos compras o nos vendes —repite Mestre—, elige. Piénsalo, quiero once millones de dólares por CVTV.

—Me estás sumando todas tus pérdidas. ¿Cómo te voy a pagar once millones de dólares? ¡Goar, estás loco!

Inmutable, Mestre le aconseja a Cisneros:

—No discutas el precio; discute los plazos que voy a tratar de conseguirte: cinco o seis años para pagar; uno o dos años de gracia; qué sé yo, pospondremos el pago de intereses. En fin, ya veremos. Con lo que te va a dar el negocio, vas a poder pagar y encima te quedas con todo. Pero si no estás convencido de esta operación no tengo inconveniente en darla vuelta. Ya lo sabes: o te vendo o te compro. No pienses en ninguna otra alternativa, porque no la hay. Y el que decide eres tú, no yo.

Finalmente Diego acepta comprar y hasta llegan a un acuerdo sobre el precio y las condiciones de pago.

Pero las cosas no salen como han sido previstas. El trato se invierte: imprevistamente es Mestre, presionado por sus socios venezolanos, quien debe comprarle a Cisneros. A diferencia de la Argentina, donde CBS lleva la voz cantante de los accionistas extranjeros, en Venezuela ese papel lo ocupa Time-Life. CBS va un poco a la zaga, siguiendo la huella de Mestre, sin interesarse demasiado en el negocio, pero padeciendo todas sus contrariedades.

—Dime una cosa, Goar. ¿Estás sentado o de pie? —la pregunta de Weston Pullen de Time-Life suena extraña del otro lado del teléfono—; pues quédate sentado y pon mucha atención en lo que voy a contarte. ¿Sabes quién se apareció ayer a las cinco de la tarde en mi oficina?, ¡tu amigo don Diego Cisneros! Medio lloroso me dice que se ha pasado toda la noche sin dormir y que finalmente había reunido suficiente coraje para venir a decirme que sencillamente no puede deshacerse de Venevisión. Y que quiere seguir con su empresa solo o con ABC.

Cisneros ha medido riesgos y, sin más, se ha echado atrás. De ninguna manera dejará fagocitarse tan fácilmente por CBS y Goar Mestre. Y nuevamente se ha salido con la suya.

CVTV, mientras tanto, continúa sumergiéndose, tragando miles de dólares sin una explicación a mano que justifique su suerte dispar: ser la cadena más sintonizada en el interior y, al mismo tiempo, la menos vista en Caracas.

CVTV se recibe con muchas interferencias en algunos de los barrios de la capital. He allí el gran misterio: el canal había salido al aire en agosto de 1964 y durante casi tres años anduvo perdiendo millonadas sin que nadie ahondara en las causas reales de su fracaso.

Instalan un nuevo transmisor y los resultados no se

hacen esperar: CVTV le saca a Venevisión el liderazgo de la pantalla. Ni CBS ni Goar Mestre se consolarán jamás por un fallo tan elemental.

Cuando por fin CVTV comienza a levantar vuelo, estalla un nuevo conflicto entre los socios.

Jamás podrá remontar tanta desdicha y seguirá dando tumbos hasta expirar. Aun cuando Sosa y los Vollmer probarán un desfile de ejecutivos y de presuntos salvadores, tras el alejamiento de Mestre en octubre de 1967, Canal 8 acrecentará sus fuertes quebrantos. Su agonía se extenderá nueve años más, hasta que sus activos sean completamente absorbidos por el Estado.

Venevisión, en cambio, se consolidará a la par que todo el grupo Cisneros, si bien don Diego, su habilidoso artífice, sufrirá hacia finales de los '60 un derrame cerebral masivo que lo mantendrá postrado hasta su muerte, diez años después.

Gustavo Cisneros, su hijo predilecto, ocupará a los 31 años su trono y convertirá al grupo en un imperio colosal integrado por decenas de compañías dentro y fuera de Venezuela.

Paradójicamente será Cisneros, el más acérrimo competidor de Mestre, quien capitalizará intensamente los cuadros ejecutivos formados durante años por el cubano.

Perón se despide

Buenos Aires, junio de 1974

Un manto gris de frío y viento se abate sobre Buenos Aires. La gente de la televisión –privatistas o estatistas– siguen discutiendo su futuro.

Los políticos se suman fervorosamente, aunque tarde, a un debate que amenaza con fatigar y que en muy po-

cos días quedará momentáneamente relegado a un segundo plano.

Mientras los dirigentes se excitan con devaneos doctrinarios de improbable implementación, los canales se convierten en gigantescas ollas de presión.

Perón todavía gradúa la intensidad de los debates en la sociedad. Si el de la TV ha **ganado** el centro de la escena es sencillamente porque así lo ha determinado y, tan pronto se canse, desplazará la atención popular hacia otros focos de interés. Y así se dispone a hacerlo una vez más.

Las cosas no están saliendo como las había imaginado. El plan económico amenaza hacer agua y las góndolas de los supermercados languidecen víctimas del desabastecimiento. El 12 de junio, Perón pateo el tablero.

—Podríamos estar acercándonos —preanuncia con asombrosa clarividencia por la Cadena Nacional y desde el Salón Blanco de la Casa de Gobierno— a una lucha cruenta que algunos insensatos intentan provocar.

Sobre la TV, asegura que “el Poder Ejecutivo, que es quien debe decidir —lo recalca—, ha mantenido una conducta prudente que, lejos de despertar intranquilidad, ha servido para que los órganos publicitarios, al servicio de otros intereses del país, lanzaran las más incomprensibles versiones”.

Y por último, una amenaza que no por repetida deja de alarmar:

—Sin el apoyo masivo de los que me eligieron —advier-te— y la complacencia de los que no lo hicieron, no sólo no deseo seguir gobernando, sino que soy partidario de que lo hagan los que puedan hacerlo mejor.

No es la primera vez que en su larga trayectoria política Perón asusta con una ficticia partida. La respuesta es siempre la misma: los grandes gremios se movilizan rápidamente y le regalan una Plaza de Mayo colmada de gente. No hay nada que lo reconforte más que acariciar con sus

ojos desde lo alto del balcón a la muchedumbre apretujada a sus pies.

En la soleada pero fría tarde del 12 de junio de 1974, la brisa invernal envuelve al presidente, aquejado por una molesta carraspera.

–Llevó en mis oídos –se despide con un principio de laringitis– la más maravillosa música que es para mí la palabra del pueblo argentino.

Luego de digerida la pasajera conmoción inducida por Perón, los gremios de la TV propugnan la estatización lisa y llana de los canales. La comisión mixta formada en el Congreso por diputados y senadores se diluye tras haberse cumplido el plazo para expedirse. Ahora depende del Ejecutivo reactivarla con un nuevo decreto.

El 17 de junio la vicepresidenta recorre Europa con José López Rega. El presidente, en cambio, luego de visitar la CGT, se recluye engripado en la residencia de Olivos.

La Secretaría de Prensa y Difusión resta importancia a los rumores sobre los renovados trastornos presidenciales, calificándolos primero como una “molestia en la laringe” y después directamente como una “gripe”, de las tantas que azotan a Buenos Aires durante el invierno.

Los facultativos que atienden a Perón le prohíben abandonar la cama. María Estela Martínez debe emprender aceleradamente su regreso y el sábado 29 asume interinamente la Presidencia de la República.

A las 14 del 1º del julio, rodeada de ministros y secretarios de Estado, su demacrada cara y su temblorosa voz se multiplican por cientos de miles de veces en los televisores de todo el país.

–Con gran dolor, debo transmitir al pueblo –rompe a llorar– el fallecimiento de un verdadero apóstol de la paz y la no violencia –y se repone para efectuar un anuncio que, no por esperado, deja de erizar–; asumo constitucionalmente la primera magistratura del país.

La televisión es testigo privilegiada y obsesiva del segundo velorio nacional más extenso de la historia. El de Perón dura apenas tres días y medio, nada comparado con las largas dos semanas que ocuparon las exequias de Evita, 22 años atrás.

Una de las cámaras del *pool* formado por todos los canales para asistir a la mortuoria transmisión en cadena escruta sin pausa ese cuerpo que colas interminables de ciudadanos, luego de soportar horas de lluvias y vientos helados, veneran sin pausa. La televisión privada también tendrá su propio funeral veintidós días más tarde.

Estatización a punta de pistola

El 22 de julio las vecinas de San Cristóbal se sobrecojen al paso de un par de Falcon por la calle Pavón como ráfagas que precipitan el fin del mundo.

Tan pronto clavan sus frenos sobre el asfalto y se bajan de ellos hombres armados hasta los dientes, adivinan que habrá violencia.

La escena de los Falcon y la banda armada se repite a la misma hora en Palermo Chico frente a las puertas de Canal 9.

Ambos grupos avanzan en las dos instalaciones. Reparten gritos e insultos y también interrumpen las transmisiones en los controles centrales.

En Canal 13, otro grupo choca contra los accesos de ingreso rigurosamente cerrados. El personal de Proartel y el de la emisora, de común acuerdo con el directorio, se abroquela para defender las instalaciones hasta sus últimas consecuencias. E inmediatamente convocan a una asamblea que repudia la ocupación.

La avanzada del Sindicato Argentino de Televisión no

tiene la misma suerte que en el 9 y debe dar vuelta sobre sus pasos. En Palermo Chico, algunos empleados se entremezclan alborozados entre los asaltantes. Las discrepancias entre la comisión interna y el permisionario de la onda se han ahondado en los últimos tiempos y ya no hay nadie que saque la cara por él.

—Romay está destruyendo las instalaciones de Canal 9, en una típica maniobra de vaciamiento —había advertido días antes un dirigente en medio de una tumultuosa reunión de los 13 gremios televisivos.

La dirección del canal había acusado a Osvaldo Papaleo y a Carlos Campolongo, entre otros, de planear maniobras que incluían atentar contra las propiedades del canal. Pero en verdad, quien manda la topadora a arrasarse el estudio principal de Canal 9, sobre la avenida Figueroa Alcorta, es el mismísimo Alejandro Romay. No se trata, como parece, de una actitud autodestructiva. Palpitando lo que se viene, Romay elige el mal menor: ante el peligro cierto de perder su propiedad a manos del Estado, la transforma en un baldío.

La situación en los canales —no sólo en el 9, sino en todos— había empeorado aceleradamente a partir de la muerte de Perón. El cuadro se agrava con el deterioro de los salarios que, además, comienzan a ser pagados fuera de término y con el estado de deliberación permanente con frecuentes asambleas y medidas de fuerza.

Con Perón muerto, desaparece el único garante del frágil equilibrio político en el que se sostenía la Argentina. El castillo de naipes que el líder justicialista había mantenido en pie laboriosamente amenaza derrumbarse a la menor brisa. En todos los órdenes pasa lo mismo; también en la TV.

Los años dorados

Buenos Aires, 1965

El hombre se echa para atrás en su cómodo butacón negro de presidente y lanza al aire una buena bocanada de Montecristo N° 3, sus habanos preferidos. Allí, en su despacho del quinto piso de la avenida San Juan, Goar Mestre, el rey de la televisión argentina, dirige su reino televisivo. La pantalla del 13 encandila la de los otros canales: *Viendo a Biondi* con su *rating* inalcanzable no es su único "hit". Durante un asado en la casaquinta del presidente de Walter Thompson, y por medio de una representación en vivo con varios actores, Hugo Moser consigue disuadir a la gente de Ford de la idea de lanzar un show musical para auspiciar la salida del flamante Falcon. En su lugar, los convence para producir una telecomedia, *La Familia Falcón*, con Pedro Quartucci, Elina Colomer y Roberto Escalada, que se aposenta durante siete años y medio de *rating* incesante en el espacio de los martes a las 22. *Felipe*, con Luis Sandrini, también con humor, pero pulsando una cuerda más emotiva hasta se exporta a otros países de América latina. No se queda atrás *Doctor Cándido Pérez*, señoras con Juan Carlos Thorry, Julia Sandoval y Teresa Blasco. Una tercera telecomedia, amable y familiar, refuerza esa compacta avanzada: *Mis hijos y yo*, con Ubaldo Martínez y Martha González. Y una cuarta: *La Nena*, con Marilina Ross, Osvaldo Miranda y Joe Rígoli. En la programación nocturna, con vistas a captar a toda la familia, aparecen los uruguayos de *Telecataplum*; más tarde, Héctor Larrea con *El mundo del espectáculo*; la política en solfa de Tato Bores y los concursos de Odol, con Jorge Fontana. En cambio durante el día, Canal 13 afina su puntería sobre dos clases de público: los chicos y las amas de casa. Para los primeros, abundante va-

riedad de dibujos animados, documentales y series. A la audiencia femenina, el 13 la seduce con *Buenas tardes, mucho gusto* conducido por Ana María Muchnik, convenientemente reforzada por las recetas magistrales de Petrona C. de Gandulfo, y con las tiras románticas, *El Teleteatro Palmolive del Aire* –Atilio Marinelli y Beatriz Taibo conforman una de las parejas estelares y Fernando Siro y Eva Dongé, la otra– y *El amor tiene cara de mujer*, con libros de Nené Cascallar y la actuación de Rodolfo Bebán, Bárbara Mujica, Iris Láinez y Delfy de Ortega.

El aumento de la producción propia hace del canal una gigantesca usina de fantasías donde la actividad febril no se detiene nunca. Construcción de decorados, búsqueda de vestuarios, muebles y objetos adecuados a cada exigencia, fatigosos ensayos para los programas de mayor compromiso, “castings” interminables, negociaciones intensas para cerrar cada contrato, así es cada día en Canal 13.

Y el hombre que lleva la batuta se presenta en su reino cada día a primera hora y nunca se va antes de las ocho de la noche. Dice la revista *Atlántida*, que algunos de “sus almuerzos transcurren en elegantes restaurantes con empresarios internacionales donde habla de inversiones millonarias”, pero también es común que dé cuenta en su oficina de un sándwich de lomo, un licuado de tomate y un café. Quedarán a un lado o no, según lo exija la ocasión, planillas de *rating* y memos internos de la empresa, pautas de publicidad y recortes de artículos sobre el canal o la competencia, pero jamás se apagarán los televisores que le permiten a Mestre estar al tanto de lo que sale por su pantalla y por la de los demás.

A Mestre se le nota a la legua su origen y temperamento catalán. Es alto y de porte erguido, de invariable traje oscuro y chaleco. Raramente pasa inadvertido en cuanto entra en un lugar.

Su cara, enmarcada por anteojos de grueso armazón, se extiende en una calva que el tiempo ha ampliado, pero no encanecido. Orejas grandes, ojos oscuros, comisuras interminables, puede meter miedo con un gesto adusto. Prefiere, en cambio, jugar con sus interlocutores con chistes de ocasión o comentarios graciosos, aunque sin perder la compostura ni los modales de salón. Nora, su secretaria, cree que el teatro se perdió un actor excepcional. Histriónico al máximo, maneja a voluntad sus humores, modulando la voz, apretando los dientes o gesticulando con todo su rostro y sus manos. Es meticuloso y perseverante. Es generoso cuando quiere, pero prefiere la austeridad. Simpatía no le falta pero sabe ser implacable. Casi por pudor, no frecuenta los estudios y hasta llega a confundir en una ocasión a la vestuarista Blanca Pinot con la protagonista de un teleteatro y la felicita efusivamente con su nunca perdida y cadenciosa tonada caribeña.

La bonanza interna de Canal 13 se compadece todavía con la situación del país. Superados algunos sofocones institucionales, el llamado a elecciones en 1963 devuelve el poder al radicalismo que no era gobierno desde 1930.

Arturo Humberto Illia se hace cargo del país con modales republicanos. La economía marcha discretamente bien, pero el aletargado estilo presidencial aburre a la frívola clase dirigente y al periodismo, ávido, como de costumbre, de alguna emoción fuerte. La calma pueblerina de la Argentina desentona con la tensión de un mundo revuelto que viene de la gravísima crisis de los misiles, recibe el asesinato de John Kennedy como un cachetazo, se insensibiliza con Vietnam y se encoge de hombros ante la Guerra Fría declarada entre los Estados Unidos y la Unión Soviética, pero que, al mismo tiempo, baila sin complejos al compás de las dulces melodías de Los Beatles.

En la Argentina, el presidente calmo también tiene

algunas sorpresas guardadas: la anulación de los contratos petroleros firmados por Frondizi, su enfrentamiento con laboratorios medicinales y, por sobre todo, impedir que Juan Domingo Perón emprenda su regreso a la Argentina.

“Partero” de la TV del interior

Mientras se prepara el desmoronamiento definitivo de Illia, hay sensibles novedades y avances en el campo audiovisual. El gobierno radical había recibido, otorgadas por el fugaz José María Guido, 16 licencias para canales de TV en el interior del país.

Mestre quiere construir una gran cadena nacional de TV con cabecera en Canal 13/Proartel y docenas de repetidoras repartidas en todo el territorio nacional y enlazadas por sus propios transmisores de microondas, tal cual lo había hecho una década atrás en Cuba y en 1964 en Venezuela. Pero eso no será posible porque la ley se lo prohíbe. La Revolución Libertadora había terminado con las cadenas de radio o TV extendidas y con estaciones filiales, por considerarlas bocados demasiados tentadores para los gobiernos autoritarios, a los que ni Aramburu ni Rojas tuvieron conciencia de pertenecer.

De hecho, las tres poderosas cadenas radiales encabezadas por El Mundo, Splendid y Belgrano fueron puestas en estado de sumisión por el peronismo en los años '50 y sumadas al gigantesco aparato estatal de difusión montado entonces. Para evitar la reiteración de episodios similares, por un lado, y fomentar, por el otro, el surgimiento de empresarios regionales de radio y TV, fue promulgada en 1957 la Ley 15.460, que impedía a una emisora ampliar su área de cobertura agregando estaciones repetidoras.

—Esta legislación restrictiva —Mestre se molesta— va a

contrapelo de lo que sucede en el resto de América latina y va a terminar perjudicando el desarrollo de la TV argentina.

Sin embargo, Mestre percibe en las licencias otorgadas en el interior una puerta entreabierta por donde colarse.

En Proartel se preparan grandes cajas con películas, videofilms, videotapes y hasta promociones de los programas que los destinatarios sólo tienen que preocuparse por poner en el aire. Los envíos de Proartel inundan las localidades próximas a tener TV propia: Córdoba, Santa Fe, Mendoza y Bahía Blanca, actitud que los otros dos canales privados imitan sin demoras.

A medida que vaya entrando dinero en las vírgenes arcas de los canales recién fundados, Proartel cobrará sus servicios a razón de un 50 por ciento de lo recaudado.

Una vez que el sistema empiece a funcionar y se active la venta de televisores en las principales plazas del interior donde llega la TV –Proartel suma doce canales adheridos–, las relaciones comerciales con el interior se vuelven tan importantes que hasta justifican una gira de representantes de CBS por Rosario, Santa Fe, Córdoba y San Juan.

Sin querer, Mestre también se convertirá en uno de los precursores de la incipiente TV por cable (cuyo negocio gigantesco sólo se advertirá en su real dimensión en la Argentina un cuarto de siglo más tarde). Un antiguo gerente de Canal 7, el teniente coronel Luis María Perfilio, le propone crear una red de cable para cinco ciudades ubicadas en un radio de 150 kilómetros a la redonda de la ciudad de Buenos Aires.

En noviembre de 1964, se constituye Telesistema Argentino, cuyos socios son exclusivamente Mestre y Perfilio, al margen de los negocios de Proartel. Enterados de la situación, CBS y Time-Life pretenden –y consiguen– participar en la nueva empresa que arranca con sendas emiso-

ras en San Pedro y Baradero –luego vendrían Arrecifes y Salto–, aportando un millón de dólares. Pero el negocio no prospera por culpa de las sucesivas devaluaciones de la moneda argentina y de una respuesta demasiado lenta por parte del mercado.

Las incursiones de Mestre por el interior con la TV abierta y el cable en una informal cadena nacional de televisión fue una avanzada solitaria y precursora de lo que se desataría a partir de 1990, con muchos más medios técnicos disponibles, con los canales de aire y cerrados metropolitanos abasteciendo a emisoras provinciales con sus propias programaciones, a través del satélite.

Sin noticiero

El 13 ya lo tiene casi todo: audiencia, prestigio y un superávit comercial que no deja de engordar. Pero no tiene noticiero propio. Mestre en persona se había propuesto al arrancar dejar pendiente el rubro por un par de años, escalado todavía por las malas experiencias de Cuba y de Perú y por su prejuicio de extranjero.

Surgieron, al principio, algunos programas periodísticos en su vertiente histórica: *Yo fui testigo*, *Sucedió en Buenos Aires*, *Siglo XX*, *Archivo secreto*. En 1962 había aparecido, casi con carácter experimental, *Noticiero a las 13*, un mínimo boletín sintético de noticias que tomó mayor cuerpo, un año más tarde, en tres ediciones y bajo el nombre de *Noticiero 13*, cuyo eslogan posterior –“Su ojo en la noticia”– se popularizaría junto al rostro de Horacio Galloso. Sin embargo, la emisora aún no da con “el noticiero” del que todo el mundo hable y que ponga en apuros a la competencia.

Coincide, entonces, que trabajando para Pueyrredón

Propaganda, y siendo contacto *junior* de IKA (Industrias Kaiser), el joven Carlos Montero es enviado a Nueva York para asistir a una convención. Montero se hace tiempo, entre una y otra actividad, para encerrarse en la habitación de su hotel y observar cuidadosamente lo que ofrecen CBS, NBC y ABC.

Lo impresionan, fundamentalmente, los noticieros arrevistados, un formato desconocido en la Argentina, donde domina el boletín escueto y sin ningún colorido.

A su regreso, desarrolla la idea, gusta en Kaiser y prende en Canal 13. Mónica Mihanovich –una actriz de reparto de *Cuatro hombres para Eva*– es la primera elegida para conducir *Telenoche*. Andrés Percivale, el segundo. Asistente de producción en *Universidad del Aire* –uno de los programas culturales de la emisora, que Mestre importó de Cuba–; la directora María Inés Andrés le había enseñado a trabajar detrás de cámaras, pero Jorge Ignacio Vaillant lo quería adelante por su aspecto distinguido y juvenil. *Telenoche* terminó de catapultarlo. El lanzamiento –atento a la tradición del 13 de sorprender en verano– se produce el 3 de enero de 1966, con Montero a cargo de la flamante gerencia de Noticias.

Si *El reporter Esso*, con Luis Clur en la concepción general y el austero Armando Repetto en la conducción, pone a Teleonce a la cabeza de los noticieros nocturnos con una propuesta rigurosa, sintética y poco afecta a los desbordes, la llegada de *Telenoche* a Canal 13, al caer la tarde, impresiona por su renovador estilo. Columnistas notables y ambiciosas coberturas informativas como la que, muy pronto, emprenderá Percivale, enviado especial a la guerra de Vietnam, hacen que *Telenoche* se abra paso en el *rating* sin necesidad de caer en amarillismos policiales ni en notas escabrosas.

–Las noticias –ordena Mestre– deben estar confir-

madras cuando se emiten, hasta donde sea posible hacerlo y siempre teniendo mucho cuidado en distinguir la información de la opinión. Cuando el público, luego de un tiempo generalmente largo, constata que las noticias que le ofrece un determinado medio son verídicas y comprobables, desarrolla cierto grado de credibilidad, un valioso don con el que no todos los medios pueden contar. La credibilidad es como el amor, no se impone, sino que surge en virtud de una serie de factores muy sutiles y complejos que hay que saber cultivar. Y creo que debemos aspirar a eso.

Pero los gobernantes pretenden imponer su visión de las cosas, distorsionándolas a su favor. En el caso del pobre Illia, carente de una política propia de difusión, las cosas suceden casi al revés. Si no todo funciona espléndidamente, varios medios gráficos –*Primera Plana*, *Panorama* y otros– que lideran la opinión pública más exigente –los profesionales de clase media que descubren el psicoanálisis y la literatura latinoamericana; que se divierten con las excentricidades del Instituto Di Tella y prestan atención al cine “de culto” en el Lorraine– se ocupan de cargar las tintas como si la Argentina estuviese por estallar.

La acción psicológica desplegada contribuye a abonar el terreno para que el “azul” teniente general Juan Carlos Onganía se instale el 28 de junio de 1966 en lo más alto del poder.

En sus sueños más íntimos se ve como el fundador de una monarquía “a la argentina” y la emprende contra los partidos políticos, la Universidad y luego también contra los sindicatos que contribuyeron indirectamente a su llegada. Y tampoco se salva la cultura, cada vez más sometida a los embates moralistas del nuevo mandamás y de sus colaboradores más inmediatos, que ven en el régimen franquista un modelo a recrear.

El primero en irritar la sensible piel oficial desde Ca-

nal 13 es Francisco Guillermo Manrique, un ex militar transformado en exitoso comentarista que luego mutará a dirigente político.

Dueño del difundido *Correo de la tarde* y amigo personal de Mestre, había recalado en los mediodías del 13 con breves comentarios de actualidad que terminan por fastidiar al régimen. El Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONART) comunica que la permanencia en el aire de Manrique será considerada como un “hecho inamistoso”. El canal intenta una solución intermedia ofreciéndole viajar a Medio Oriente, cuyas guerras y milenarios conflictos cubre el 13, pero Manrique prefiere renunciar ruidosamente.

No pasará mucho tiempo para que se produzca un nuevo y fuerte encontronazo entre el canal y las huestes oficiales. Tras la difusión de una manifestación obrero-estudiantil, que causa malestar en el gobierno, Alberto Constantini renuncia a la gerencia de Canal 13 en términos detonantes.

Aun cuando la emisora está muy lejos de ser combativa —de hecho, Mestre tiene amigos muy cercanos en el gobierno como el ministro de Economía Adalbert Krieger Vasena—, la búsqueda de la información con mínimos parámetros de objetividad vuelve polémico a los ojos del gobierno casi cualquier tipo de material. La cuerda se tensará al máximo cuando estalle el “Cordobazo”, la más grande y persistente rebelión popular contra el régimen, que Canal 13 seguirá paso a paso, sin escatimar primeros planos de las violentas refriegas entre las fuerzas uniformadas y los manifestantes. Para dar testimonio de la grave revuelta —que heriría de muerte al gobierno de Onganía— viajará Andrés Percivale, apuntalado localmente por el corresponsal en Córdoba, Sergio Villarruel, cuyo desempeño gustará tanto que el canal lo hará bajar a Buenos Aires.

A pesar de estos cimbronazos aislados entre 1966 y 1969, Canal 13 pasa por su mejor momento.

Planes de expansión

La década del 60 se acerca a su fin y en la Argentina funcionan 29 canales de televisión, 23 privados y seis estatales. Pero en conjunto no llegan a cubrir todo el territorio nacional.

Como de costumbre, Mestre apunta infatigablemente hacia la constitución de cadenas nacionales de TV –sabe que la suya será la más poderosa y extendida–; sin embargo el gobierno de Onganía, como los anteriores, se mantiene impasible ante ese reclamo.

En el comienzo de la nueva gestión militar, Mestre estaba seguro de que se quebraría la inercia radical en materia telerradiofónica y se abocó a planificar una ampliación de capitales para invertir un millón y medio de dólares en tecnología color. Ganado mayoritariamente el interior del país con programas de Canal 13, se plantea llegar con esa misma programación a la mayor cantidad posible de países de habla hispana. Pero salvo el Uruguay, el resto de los países del continente transmiten en una norma distinta que la televisión argentina. De allí, la necesidad de comprar un conversor de normas, también previsto entre sus inversiones.

Y para empezar la exportación de programas a gran escala, Mestre agrega a ese presupuesto la construcción de dos estudios, acondicionados para transmitir en color y producir telenovelas *for export*.

El secretario de Prensa y Difusión, Federico Frischknecht, empantana indefinidamente la cuestión. El funcionario, un contador público con aspiraciones políticas inspiradas en el régimen franquista –al parecer desea hacer pública, como en España, a la TV argentina– guarda los papeles de Proartel en el cajón. Y nada modifica esa situación, ni siquiera la entrevista que el presidente Onganía otorga a Mestre.

CBS y Time arman sus valijas

Los movedizos hermanos Delgado Parker, corridos del Perú por la revolución de Velazco Alvarado, instalan en la Argentina el primer conversor de norma, modernizan parte de los viejos estudios de Argentina Sono Film en Martínez y comienzan a producir programas de TV en cantidad con el fin de exportarlos. Con Panamericana Televisión en funcionamiento, los peruanos le ganan de mano a Mestre/Time-Life/CBS.

Pero no es eso lo que rebasa la paciencia de los norteamericanos sino la negativa de Frischknecht en dar curso a la ampliación de capitales gestionada, acorde con el desarrollo de Canal 13 y Proartel en casi una década: los cuatro estudios y los 340 empleados se han multiplicado al doble, la producción propia semanal se eleva a 99 horas (contra 35 de 1960) e intervienen en ella más de 900 artistas, animadores, locutores, bailarines y músicos. Sólo de un 25 a un 30 por ciento de la programación de Proartel es de origen extranjero. La empresa abastece, además, a doce canales del interior con 502 horas semanales de programación, con lo cual mantiene el liderazgo en todo el territorio nacional.

Los norteamericanos se lamentan de que tanta prolijidad empresarial se traduzca tan sólo en una frugal cosecha. La CBS vive su experiencia argentina con alguna justificada mortificación.

Nunca había podido superar la afrenta de Alejandro Romy, quien había echado a la NBC de su emisora e insistía en rebautizarla como “el canal argentino”. Ese eslogan irritó sobremanera a la CBS, que se sentía aludida y aborrecía ser percibida como parte de una gran confabulación imperialista.

CBS está decepcionada con América latina y particularmente con la Argentina. El negocio, redituable para Mes-

tre, no deja de ser pequeño, con más inconvenientes que satisfacciones, para una empresa audiovisual con un mercado propio que multiplica varias veces el argentino y que es mucho más sereno y previsible.

—¿Te das cuenta, Goar —se queja amargamente Merle Jones—, qué barbaridad, el tiempo que le estoy dedicando a Latinoamérica?

El tercero de la CBS cree que ya tiene bastante con las cinco estaciones propias —el máximo que permite la legislación norteamericana— que funcionan en los Estados Unidos bajo los auspicios de su cadena, como para andar perdiendo el tiempo lejos de casa con emisoras que sólo dan dolores de cabeza.

Pero además de sentirse rechazados por un medio cada vez más hostil, los norteamericanos piensan que el negocio televisivo en la Argentina tiende a deteriorarse sin remedio. Los ingresos publicitarios que habían crecido desde 1960 comienzan a sufrir una sensible regresión luego de tocar el punto máximo en 1968. A partir de allí, el descenso no se detendrá más.

El incipiente descalabro proviene de una decisión que Mestre toma más por amistad que por convicción. Para que la economía no se desbarranque —le había dicho Krieger Vasena— hay que mantener a raya la mayor cantidad de precios posibles de la economía. Mestre aplica el freno a las tarifas publicitarias de Canal 13 sin percatarse de que otras variables financieras continúan escapándose hacia arriba. Cuando se dé cuenta, el desfasaje será demasiado abismal para corregirlo. Los egresos de la emisora se actualizan tanto como lo demanda la inflación. Sus ingresos —que se resumen exclusivamente en su congelada facturación publicitaria— no se recuperan más de su retraso. En el plácido horizonte empresarial de Canal 13/Proartel se recorta nítida y amenazante la sombra negra de un pasivo que se ensancha sin control.

–Llevo una semana recorriendo hasta el último rincón del canal y no puedo precisar aún exactamente el porqué –Mestre es el primero en encender la alerta roja–, pero por olfato puedo decirles que aquí sobran por lo menos 120 personas.

El país no ayuda. Desde un Perón agazapado en su refugio madrileño, pero haciendo precalentamiento para volver al centro de la escena, hasta los juegos de muerte propuestos por las novedosas organizaciones armadas y clandestinas de la izquierda, la gama de complicaciones que hierre de muerte al régimen de Onganía es más que variada.

En 1969 el secuestro y posterior asesinato del general Pedro Eugenio Aramburu y el “Cordobazo” conmocionan a una sociedad que pierde su asombro ante la reiteración de copamientos guerrilleros, rastrillajes policiales, represiones inéditas, secuestros extorsivos y bombas a repetición.

Onganía no resiste y se va. Un general desconocido, de dicción enrevesada, Roberto Marcelo Levingston, que ocupa desde hace tiempo un plácido cargo militar / diplomático en los Estados Unidos, regresa a casa con un nuevo destino: la Presidencia de la Nación.

Los socios estadounidenses de Proartel quieren escapar cuanto antes.

En medio de estos aprestos aún informales, Mestre motoriza involuntariamente un prematuro desenlace. Si la pantalla de Canal 13 sigue tan robusta como en los mejores tiempos, sus finanzas han perdido lozanía.

Falta por lo menos un millón y medio de dólares para cumplir con los “peliculeros”, quienes reclaman pagos pendientes.

Sólo los “socios ricos” están en condiciones de revertir tan difícil cuadro de situación. Los argentinos –Ricardo Pueyrredón ha terminado por abrirse en 1967– jamás han puesto dinero –“más fácil es sacarles agua a las piedras”,

bromea Mestre— ni, menos aun, lo pondrán ahora. Mestre, confiando en obtener esa cifra de CBS y Time-Life, viaja una vez más a Nueva York.

La reunión es en las oficinas centrales de la cadena norteamericana.

—Voy a subir para que el jefe me dé el *okey* —anuncia Edward Saxe refiriéndose a William Paley, el *number one* de CBS.

Cuarenta y cinco minutos más tarde, Saxe se reincorpora apesadumbrado a la reunión.

—Señores, lo siento mucho, pero el señor Paley dice que para la Argentina no hay un solo centavo más.

Los representantes de Proartel intercambian rápidas miradas de pánico.

—Justifica su decisión en que hace diez meses hubo un golpe de Estado y que ayer se produjo otro más —se refiere a la fulminante destitución de Levingston por parte del comandante en jefe del Ejército, teniente general Alejandro Agustín Lanusse— y que, por lo tanto, no le ve futuro al país. De todas maneras, me ha dado precisas instrucciones de que, como este negocio es fundamentalmente obra tuya, Goar, te vendamos nuestra participación en las condiciones más favorables.

Peor, todavía, el incendio se extiende: la extrema determinación de CBS “contagia” a West Pullen de Time-Life y también anuncia su partida de la Argentina.

CBS concede a Mestre por la venta de su paquete accionario en Proartel —algo más de dos millones de dólares— un plazo para pagarlo de siete años con un interés del 8 por ciento anual y tres años de gracia. Con Time-Life, en cambio, las cosas no se dan tan fácilmente. Se suceden tensos tironeos entre Mestre y la poderosa editorial que terminan, en diciembre de 1970, en el campo de golf del Jockey Club en San Isidro. Allí, participa del Canadian Open el presi-

dente del emporio editorial, James Linen. Aprovechando el distendido entorno, Mestre llevará a fondo la negociación y conseguirá holgadas condiciones. Ahora es dueño del 94 por ciento de las acciones de Proartel.

Aparecen los Vigil

Aunque la pantalla del 13 sigue concentrando los ciclos más vistos por el público –*La tuerca*, *Sábados Circulares de Mancera*, *Matrimonios y algo más*, *La campana de cristal*, y algunos otros–, ya no cuenta con el monopolio de la atención. Si desde 1961 a 1966, el 13 siempre colocó en los tres primeros puestos del *rating* anual productos de su cosecha, a partir del '67 comparte ese privilegio con el 9, y en 1969 lo resigna totalmente a sus competidores.

La TV privada argentina se desliza por un declive pronunciado que la llevará a profundidades nunca antes conocidas. “Se hace más difícil –se excusa Mestre– operar un canal con nivel, cuando la competencia lo baja premeditadamente.” Y lo experimenta en carne propia cuando a una trabajada versión de *Otelo* por el 13 con Rodolfo Bebán, el 9 opone *El Morocho de Venecia*, con Osvaldo Pacheco, y Romay se queda con la tajada más grande del *rating*.

Si quiere sobrevivir deberá conseguir cuanto antes unos buenos socios locales que ocupen con decoro (y dinero) el hondo hueco dejado por los norteamericanos. Mestre había iniciado la búsqueda muy confiado, creyendo que podría elegir entre varios candidatos. Posó su atención sobre el Consejo Empresario Argentino, pensando que de allí saldrían los nombres de quienes lo acompañarían en la nueva etapa de Canal 13/Proartel. Mario Hirsh, José Alfredo Martínez de Hoz, Carlos Noel y Mario Oxenford son algunas de las figuras que concurren a los almuerzos organi-

zados en su departamento de 700 metros cuadrados frente a la sede central del Jockey Club. A esos empresarios influyentes, verdaderos pesos pesados y hasta, en algunos casos, dueños de inmensas fortunas, la idea de meterse en un canal sólo los entusiasma como tema de sobremesa.

Mestre cambia de táctica y orienta su búsqueda a hombres más jóvenes, audaces y emparentados con el mundo de los medios. Recuerda que cinco años atrás había compartido un almuerzo con la joven tercera generación al mando de la ascendente Editorial Atlántida, Aníbal y Constancio Vigil, con quienes congenió inmediatamente.

En el empuje y las ganas de hacer cosas que tenían los Vigil, se reconocía a él mismo en su juventud y eso lo predisponía a escucharlos con simpatía. Era tanta la energía que tenían para dar que la editorial heredada ya no les bastaba y querían poner un pie en la TV a toda costa.

Sus ideas bullían tan aceleradamente que hasta habían pensado en qué canal desembarcar: el 13, por supuesto. Mestre los escuchó entonces con divertida compasión, porque los valores que manejaban –pensando en la posibilidad de convertirse en socios– estaban muy lejos de la realidad.

Y los Vigil tuvieron que archivar su sueño televisivo para más adelante. Mestre, sin embargo, no los olvidó. Cinco años más tarde, cuando ya no sabe a quién recurrir, piensa en darles una nueva oportunidad.

Y quiere de ellos un millón de dólares a cambio del 14,11 por ciento de las acciones de la compañía.

El propio Mestre se ocupa de gestionarles un crédito por esa cifra en el National Citibank. Las condiciones de la entidad son severas, pero, a la larga, los Vigil harán un excelente negocio porque algo más tarde la deuda original en dólares será traspasada a pesos ley. Devaluaciones mediante, terminarán por devolver en moneda fuerte muchísi-

mo menos dinero que el solicitado. Pero el millón de dólares ingresado por ellos a Canal 13 de poco servirá para cancelar la deuda con los pelicularos. Un inoportuno control de cambio dictado por el Banco Central reduce ese monto a menos de la mitad. La tramitación de un crédito oficial —vía Lanusse, amigo de Mestre— tampoco alcanza para superar los padecimientos económicos de la emisora.

Los dueños de Editorial Atlántida no tardan en afirmarse sobre el nuevo terreno, particularmente Constancio, temperamental por naturaleza, extrovertido y siempre dispuesto a arremeter.

Editores de raza y con el corazón puesto en el papel impreso, los Vigil quieren la TV como “complemento” de sus publicaciones. Sus tarifas publicitarias siempre les habían resultado demasiado elevadas, pero ahora se entusiasman pensando en que, a caballo de la TV, podrán extender sus negocios hacia otros rubros, como espectáculos y actividades deportivas de gran repercusión.

Con estas ideas se montan ansiosamente al directorio del complejo televisivo más importante del país. En el comienzo todo les sonríe y durante algún tiempo se establece una frágil luna de miel con los antiguos moradores de la casa, encolumnados tras la figura patriarcal de Mestre.

Terapias intensivas

Constancio asiste casi calladamente, lo que le cuesta, a las primeras reuniones con la cúpula máxima de la emisora. El grupo cubano intercambia miradas cómplices que no llega a desentrañar. Sabe, pero no piensa resignarse, que con el 14 por ciento del paquete accionario no se puede hacer mucho. Pero Mestre está convencido de que esa sangre nueva le vendrá muy bien a la emisora, ahora

que algunas turbulencias envuelven la compañía y su propia salud flaquea. Está cansado, con ganas de abandonar el barco, al menos provisoriamente y a punto de enfermarse seriamente del corazón. Esquimias muy dolorosas le desgarran el pecho, y asoma el infarto. Internado de urgencia en el Hospital Británico, el casamiento de su hija Any debe ser postergado. Al costado de su lecho de enfermo, con pronóstico reservado, Nora, su secretaria de toda la vida, toma nota de un memo de quince páginas que Mestre le dicta con instrucciones precisas acerca de cómo debe procederse si sucede lo peor. Su corazón no lo deja en paz y debe marchar a los Estados Unidos.

Años más tarde, cuando sus arterias coronarias ya no den más –“usted se puede caer muerto en cualquier momento”, lo asustan–, Mestre ingresará en uno de los quirófanos de la clínica Mayo y saldrá “cero kilómetro, pero con cuatro *by-passes* encima”.

La salud de la televisión no es mejor que la de Mestre. Ya no se la nota tan rozagante: la facturación publicitaria se ha vuelto taquicárdica en todos los canales con consecuencias funestas sobre sus finanzas y la calidad de pantalla. Los anunciantes llegan y se van en el momento menos adecuado, llenando de incertidumbre a los timoneles de la TV. El primer choque del grupo Atlántida con el todavía convaleciente Mestre sobreviene casi de inmediato: desde su lecho de enfermo se opone a trastocar su rígido esquema comercial basado en tarifas iguales para todo el mundo.

Ése no es el problema mayor. Alejandro Romay, desde Canal 9, con su deliberada búsqueda de una oferta proclive a lo populista y la irrupción, en 1970, de Héctor Ricardo García al frente de Canal 11, en lugar de los venidos a menos jesuitas y de la emigrante ABC, con una programación ágil y periodística que trata de llamar la atención de la

audiencia por medio de notas impactantes, móviles en casas de los artistas y llamativos entretenimientos, fijan nuevas reglas de juego a la televisión.

Sobreviene un clima de creciente enrarecimiento y euforia. Se presiente que el régimen militar caerá finalmente exhausto al pie de las urnas y que su epitafio será esculpido por el todavía exiliado Juan Domingo Perón. De la rigidez principista de Onganía a los juegos malabares de Lanusse, el deshielo político viene marchando a la par del lento pero persistente resquebrajamiento de la economía.

La TV no sólo sufre por el deterioro de sus ingresos publicitarios y la progresiva pérdida de calidad de sus contenidos. El creciente protagonismo de los gremios vinculados con la actividad, particularmente del Sindicato Argentino de Televisión, procurando mayores conquistas y el reclutamiento de más personal; las deudas con distintos proveedores y la incertidumbre que genera entre los permisionarios la próxima extinción de sus licencias colocan al negocio televisivo al borde del pánico. La relación entre costos operativos e ingresos publicitarios pierde su natural equilibrio, pero nadie parece percatarse de la nueva situación. Creen que la fiesta de los '60 no terminará nunca y siguen gastando y tomando gente como en los buenos tiempos.

Se instala, en el corazón de las empresas televisivas, originariamente sólidas y sanas como Canal 13/Proartel, el virus del desbarajuste.

En medio de ese complejo cuadro, Aníbal y Constancio Vigil hacen sus primeros palotes en la TV. Han llegado en el peor momento. El grupo cubano observa sus primeros movimientos con reservas. Los asusta el ímpetu con el que avanzan y sus bruscas maneras de ganar espacios de poder y de hacerse dueños de todo sin pedir permiso a nadie. Los nuevos huéspedes proceden más como interventores que como discretos socios minoritarios.

Si Juan Pallí, dilecto brazo ejecutor de Mestre, los mira con recelo –desde el vamos tratan de socavar su poder– y Jorge Ignacio Vaillant –el número uno de Programación– decide retirarse momentáneamente de la empresa al no aceptar las reglas del juego impuestas por sus nuevos amos, los Vigil no juzgan con menos severidad el estado de Proartel y Canal 13. Consideran que Mestre ha descuidado la marcha del canal. Según los cálculos del administrador mayor de Atlántida, Carlos Aller Atucha –quien tiene a maltraer a los contadores del canal–, no quedan utilidades para distribuir y no hay capital de trabajo para seguir adelante.

La situación se torna más alarmante cuando llegan las mediciones del *rating*: Canal 13 cae al tercer puesto, tras el 11 y el 9. El desaliento cunde en la emisora del barrio Constitución, donde en los años de gloria sus ejecutivos solían inquietarse cuando el *share* del 13 bajaba del 40 por ciento total de la audiencia.

La crisis que sacude al 13 precipita el traspaso de poder del grupo cubano a los Vigil. Constancio abandona *El Gráfico* y *La Chacra* y en diciembre de 1971 se instala a tiempo completo en la emisora. Carlos Montero reemplaza a Jorge Ignacio Vaillant (quien volverá unos meses más tarde para organizar el departamento de ventas al exterior), y Jorge Alcaraz, luego presidente de Canal 13, cede la dirección comercial a Jorge Gandolfo, subgerente de MacCann Erickson y amigo de la infancia de Aníbal Vigil.

Se incrementan de inmediato las tarifas publicitarias, que habían quedado muy relegadas, aunque con descuentos especiales para los grandes anunciantes. El 13 asegura a las agencias que volverá al primer puesto con una nueva y más concesiva programación. El *lobby* no es ocioso: la emisora había comenzado a ser dejada de lado en importantes pautas publicitarias que prefieren concentrarse en los dos canales más vistos.

La consigna es bajar la puntería para sobrevivir. Antes que nada, los Vigil colocan en el aire unos simpáticos cortos del Mono Relojero, uno de los personajes más famosos creado por su abuelo Constancio, el fundador de la dinastía editorial. Luego despiden a "Pipo" Mancera, alegando el pronunciado declive de sus anteriormente famosísimos *Sábados circulares*. El bando de Mestre se opone sin energía y finalmente se consuma la separación, con una gruesísima indemnización para deshacer su contrato de cuatro años. Exactamente al día siguiente de su lacrimógena despedida del 13, debuta sonriente en el 11.

Mirtha Legrand sigue y Constancio promueve la contratación de Tato Bores, Alberto Olmedo y Juan Carlos Mesa, que escribe *Gorosito y señora* para Santiago Bal y Susana Brunetti. Pero Vigil pone su mayor dedicación en la contratación de eventos deportivos internacionales como la Copa Libertadores y las peleas de Carlos Monzón. Para frenar el avance impetuoso de *En vivo y en directo* del 11, el 13 apela a *Teleshows*, un festivo programa de entretenimientos a la hora de la siesta con Víctor Sueyro, José de Zer, Jorge Garrido y Laly Cobas. Y Andrea del Boca, a los 6 años, accede a su primer protagonismo en *Papá Corazón*, en tanto un juvenil Fernando Bravo conduce *Alta tensión*, inspirado en el boom del 9, *Música en Libertad*.

La aceitada maquinaria televisiva suple las virtudes perdidas con arrogancia y golpes de efecto, concursos y maratones solidarias. Animadores excitados, programas con público que hacen palmas al compás de melodías precarias y pegadizas, información sensacionalista, auge de los ciclos bailables, interminables programas ómnibus, películas de segunda. Se apagan los espacios de teatro de calidad; se esfuman los shows con gran producción.

La televisión privada parece decidida a inmolarse en aras de una competencia desenfrenada.

El 13 –que últimamente se había anotado triunfos notables con los teleteatros *Rolando Rivas*, *taxista* y *Pobre diablo* de Alberto Migré; la telecomedia dominical *Los Campanelli* y el programa de chistes *Humor Redondo*– cede al populismo que siempre había evitado. Con tal de ganar un par de puntos de *rating* llega incluso a un inútil acuerdo con los hermanos Delgado Parker –entonces metidos a manejar el Canal 2 de La Plata, que la gente de Radio Rivadavia no había podido sostener– para salir por esa onda en directo y en diferido con la programación de Canal 13 y así extender su cobertura a otra buena porción de la provincia de Buenos Aires. Pero la idea de Juan Pallí da más dolores de cabeza que resultados concretos. Mestre dice no estar nada feliz con lo que sale por su pantalla, pero deja hacer.

Unos años atrás, la cabeza de Dallí casi había rodado por otra mala idea, cuando el 13 salió a producir a costos millonarios dos filmes –*Invasión* y *Ku-ma-chin*–, estrepitosos fracasos que se sumaron a las malas experiencias teatrales en el Avenida, el Tabarís y el Dante de la Boca o al faraónico capricho de montarle a Libertad Lamarque una lujosa versión de *Hello, Dolly* en el Odeón.

En menos de cuatro meses, Canal 13 recupera la delantera. Avanza el año 1972 y Lanusse provoca a Perón en sus discursos, le impone fechas de regreso para dejarlo fuera de la próxima carrera electoral y hasta levanta la veda a la TV argentina que lo muestra generosamente desde su exilio español. Los hechos se precipitan: el 17 de noviembre de 1972, Perón regresa al país.

Mal que le pese a Lanusse, el peronismo volverá a gobernar. El antiperonismo no puede conciliar el sueño ante esa ominosa certeza.

Constancio Vigil se revuelve incómodo en su sillón directivo de Canal 13. Justo cuando se dispone a gozar de sus primeros triunfos, la angustia le oscurece la alegría.

Primero Lanusse, con su porfiado empeñamiento de impedir la transferencia a su favor de las acciones de la emisora compradas junto con su primo Aníbal. Luego otra vez Lanusse, con su desconcertante idea de dar prácticamente por expiradas las licencias de los canales privados –a las que mide desde su otorgamiento en 1958 y no desde 1960 cuando salieron al aire–, le produce una honda incertidumbre que se vuelve pánico cuando se convence de que el peronismo ganará las elecciones el 11 de marzo de 1973 e intervendrá los canales.

El ojo clínico de Constancio –periodista al fin– no falla: Cámpora triunfa en los comicios y, zancadilla mediante, un par de meses más tarde, el 12 de octubre, Perón vuelve a calzarse la banda presidencial. Para entonces los canales ya habrán sido intervenidos, aunque benignamente.

Canal 13 experimenta un tibio repunte financiero, aunque todavía le cuesta remontar la facturación publicitaria. En realidad, anunciantes y agencias viven su propia crisis empujados por el gobierno peronista, que considera a la publicidad como una ostentosa frivolidad a la que es preciso escarmentar. La escasez de productos, consecuencia del fuerte congelamiento impuesto por el ministro Gelbard a precios, tarifas y salarios, tampoco ayuda y comprime la economía de manera explosiva. La demanda supera a la oferta y no hay nada que publicitar. En su reemplazo, reinan el agiotismo y el mercado negro.

En medio de ese afligente estado de cosas, los Vigil emprenden la retirada silenciosamente, replegándose asustados en su Editorial Atlántida. Mestre, Pallí y el resto del grupo cubano se quedan, en cambio, en el canal, a la espera de que se descargue sobre ellos el anunciado chubasco. En la memoria de todos se agiganta el recuerdo de Cuba en 1960.

Acorralados

Buenos Aires, agosto de 1974

Ahora que Perón ya no cuenta, lejos de sentirse huérfanos, los gremios de la TV, candorosamente ingenuos, suponen que cuanto más rápido actúen, su porción de poder dentro del nuevo esquema televisivo será más generosa y decisiva. Se equivocan, pero, como no lo saben, garabatean nerviosamente sus ideas, que entregan a Emilio Abras como aporte al estatizante anteproyecto de radio y TV.

Como la TV no es de los temas que más preocupan a la crispada viuda de Perón en su recién estrenada presidencia, queda a merced de lo que resuelvan los gremios del área en acuerdo con Prensa y Difusión.

—La situación indefinida crea un clima de inseguridad —advierte un tenso Luis Brandoni—, se reducen los equipos, se rebaja la calidad de los programas, se mantiene al personal en condiciones de trabajo infrahumanas. Por eso nuestro primer objetivo es lograr la intervención real de esos canales y que, como garantía de la misma, se les dé también participación efectiva a las organizaciones gremiales.

—No hay proyecto posible sin una inmediata intervención a los canales —coincide Emilio Abras ante los periodistas que le zumban alrededor.

—Las auténticas soluciones podrán surgir dentro del marco de medida y equilibrio que caracterizó el accionar del Excelentísimo Señor Presidente de la Nación, teniente general Juan Domingo Perón —contraatacan asustados desde la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas.

Los gremios solicitan “con carácter de urgente” una entrevista con la presidenta para que por fin bendiga de una buena vez lo que su marido muerto no se animó a ha-

cer: la expulsión inmediata de los permisionarios de la TV argentina.

A los estatistas les ataca una repentina incontenencia: se sienten incapaces de esperar que el Congreso llegue a una solución consensuada en un par de meses. El asalto a mano armada de los canales en el mediodía del 22 de julio es un exabrupto anunciado.

—Si no es por la fuerza —se excusa el asesor gremial del SAT, Julio Cuchettini—, ¿cómo quieren que arreglemos el problema?

—Los trabajadores de televisión —las fuerzas de ocupación en los canales 9 y 11 obligan a leer su proclama al aire—, preocupados por el continuo deterioro, incumplimiento de pago y violación reiterada de las condiciones de trabajo, en defensa de las fuentes de trabajo, contra la deformación cultural y los vaciamientos materiales, nuestra organización ha decidido tomar las emisoras para que el Estado ejerza realmente la intervención hasta tanto el Congreso Nacional decida el futuro de la televisión argentina.

El ministro del Interior, Benito Llambí, en conocimiento de que se producirían disturbios en los canales, había impartido instrucciones para evitarlos. El oficial a cargo de la comisaría N° 18, cercana a Canal 11, no mueve a ninguno de sus hombres, quizá por indicación expresa del titular de la institución, Alberto Villar (quien, en pocas semanas, volará por los aires junto con su esposa, víctimas de un atentado terrorista).

A pesar de que en las horas siguientes menudean en los diarios las solicitadas triunfalistas —“¡A los emperadores de la televisión les ha llegado su Waterloo!”—, se jacta el Movimiento Unificado de Artistas Peronistas—, cierto malestar divide las aguas sindicales. Mientras los empresarios afectados accionan judicialmente denunciando gravísimos cargos —interrupción de la transmisión, usurpación y priva-

ción de la libertad–, los dirigentes de otros gremios ligados a la TV, acusan al SAT por la “medida inconsulta y unilateral” de ocupar los canales.

–Este hecho policial –advierte Antonio Tróccoli, titular de la bancada de diputados radicales al presentar un proyecto de interpelación a Emilio Abras, que es rechazado por el mayoritario bloque oficialista– hubiera sido uno de los tantos de la crónica de todos los días de no haber mediado la invocación a viva voz que esta medida contaba con el auspicio de funcionarios de la Secretaría de Prensa y Difusión.

–Es totalmente inexacto –se defiende Abras– que la Secretaría de Prensa haya tenido participación, ni directa ni indirectamente, en los episodios registrados en los canales 9 y 11.

–No estoy de acuerdo con lo que se está haciendo –se pone en guardia Ricardo Balbín–, y lamento que el titular de la coincidencia esté muerto.

Los radicales son, paradójicamente, los que más citan a Perón, recordando sus intenciones de que todo se resolviese en la esfera legislativa.

Los hechos empujan al gobierno a meter sus narices de manera más institucional. El 25 de julio al mediodía son convocados a Casa de Gobierno por separado los representantes legales de los tres canales privados. Allí los espera un consejo de notables: los ministros de Bienestar Social, José López Rega; de Justicia, Antonio Benítez y de Economía, José Ber Gelbard, acompañados por el secretario general de la Presidencia, coronel Vicente Damasco y el controvertido Emilio Abras, a quien algunos diarios ya dan por renunciado. Serafín Guillani es el enviado de Canal 13.

–Los hemos convocado –toma la palabra Benítez– porque el gobierno de la señora de Perón ha decidido devolver la televisión al pueblo. Pero como no es nuestra in-

tención avasallar a nadie, queremos comprar las empresas. De manera que deseamos saber qué es lo que vale Canal 13, y cuando tenga la respuesta, comuníquese con el coronel Damasco.

—No estoy muy seguro de que la empresa esté en venta —responde con exquisita ironía Guillani—, pero déjeme que lo averigüe. ¿Hasta cuándo hay tiempo para responder?

—Siete u ocho de la noche; no hay problema —admite Benítez como si ése fuese todo el tiempo del mundo.

—¿De hoy? —traga saliva Guillani.

No es el comienzo de una negociación sino un ultimátum lo que acaba de escuchar.

—Sí, por supuesto.

—¿Ustedes desean saber cuál es el valor de Río de la Plata TV, la empresa licenciataria de Canal 13? —arremete Guillani.

—No solamente Río de la Plata; Proartel, también —se abalanza Abras, hasta entonces callado y expectante—; ... además, dígame una cosa, ¿por qué no está aquí el señor Goar Mestre?

—Porque ustedes han convocado a un representante de Canal 13 —Guillani explica lo obvio, aunque entendiendo claramente hacia dónde apunta el secretario de Prensa y Difusión— y el señor Goar Mestre no tiene nada que ver con Canal 13. El señor Mestre es presidente de Proartel y, como usted bien sabe, esa compañía no opera en base a ninguna concesión o licencia ya que es una empresa que suministra programación a Canal 13 y a otros doce canales del interior del país.

—No importa —Abras no entiende razones (ni, por lo visto, de leyes)—, también queremos Proartel.

Guillani, a su regreso al canal, informa a Mestre de las malas nuevas.

—Miren, señores —la voz oscurecida de Goar Mestre

desde la cabecera de la larga mesa llama a silencio a todos sus gerentes reunidos de urgencia y las miradas se clavan en ese hombre que, insólitamente, está por perder por segunda vez en su vida, un apreciable imperio televisivo—, tengo la impresión de que esta gente nos va a pasar por encima. De manera que tenemos que poner un precio bien bajito y darles facilidades de pago. Si no lo hacemos, terminarán por sacarnos la empresa sin pagar un solo centavo.

Guillani marcha al día siguiente a ver al coronel Damasco con precios de venta de Canal 13 y Proartel: 10 millones de dólares, a pagar una tercera parte al contado y el resto en un par de años, con un interés del 8 por ciento anual. “Habrá traspaso negociado de los canales de TV”, titula *La Nación* del 27 de julio en lo que parece un nuevo *impasse* en la pulseada final por la posesión de los canales. La tensión baja: la presidenta, retomando la promesa de su difunto marido, confirma que el régimen jurídico de la TV saldrá del Parlamento.

Ante los ojos enrojecidos de Isabel Perón, Serafín Guillani, por Canal 13, y Juan Pallí, por Proartel, firman el acta que documenta la oferta realizada por ambas compañías.

Los rumores sobre una nueva toma unilateral de los canales, esta vez por parte del mismo gobierno, intranquiliza a los licenciatarios menguantes.

El 30 y el 31 de julio, Emilio Abras desmiente la especie. Pero otra vez miente: en ese preciso momento, la jefa de Estado firma el decreto N° 340 que dispone la implementación de nuevas “medidas cautelares”, ampliando la intervención de los canales a las hasta entonces intactas productoras y otorgándoles mandato a los nuevos funcionarios nombrados sobre el estado patrimonial de dichas empresas. Emilio Abras nombra al animador Juan Carlos Mareco al frente de Canal 9 y al periodista Omar Gómez

Sánchez en Canal 13, en tanto que Jorge Conti es ratificado en el 11.

El canibalismo habitual del peronismo también cobrará sus primeras víctimas en el área. Se inicia una nueva era: lo que a Perón le había demandado nueve meses de dudas para finalmente no llegar a ninguna decisión, a López Rega le lleva apenas un mes. El 1º de julio moría Perón; el 1º de agosto, la TV se vuelve monopólicamente estatal. A Abras lo ha dejado avanzar hasta el momento porque con su cruzada televisiva, que él considera propia, favoreció indirectamente sus personales planes de dominación. No tardará mucho en eyectarlo para poner en su lugar a un hombre de inquietante apariencia, José María Villone –bigotes bien poblados, cuerpo de guardaespaldas y fría mirada oculta tras impenetrables gafas negras–; y también despachará a los flamantes interventores a sus casas –y a no pocos de los empleados nombrados por éstos– para reemplazarlos por funcionarios aún más dóciles. Ni siquiera les permitirá a los gremialistas paladear un solo minuto el triunfo sobre los permisionarios. Los dejará a la intemperie e, inclusive, peor que antes. Los artistas, tan entusiasmados promotores del nuevo orden, padecerán de inmediato una notable reducción de sus fuentes laborales, retrasos en los pagos, liquidaciones incorrectas y persecución ideológica.

–A los que tengan la cabeza dura les vamos a encontrar una maza adecuada a su dureza –advertirá el esotérico ministro y mandará a sus propios mercenarios, montados en Falcon sin chapa y bien armados, contra sus enemigos.

Las paredes de los canales soportan ahora kilos de engrudo, pegatinas, indelebles pintadas con aerosol y alquitrán, dibujos de horcas e insultos dedicados a los desahuciados permisionarios. El titular del Comité Federal de Radiodifusión, general Perkins (ascenso que le regaló después de retirado, su amigo y viejo camarada, Juan Do-

mingo Perón), se presenta en Canal 13 y Proartel para extenderles el correspondiente certificado de defunción como empresas privadas, mientras a su alrededor saltan y cantan: “¡Abajo los cubanos!”. En la sala del directorio, los bombos atruenan y hacen casi inaudible el diálogo entre funcionarios y dueños de casa. Se entremezclan trabajadores de distintas secciones; corbatas flojas; overoles transpirados y dedos en V.

Un mecanógrafo escribe indolentemente lo que le dictan los funcionarios presentes. Juan Pallí, serio y un tanto asustado por lo grotesco de la situación, intenta influir en la redacción del acta.

—No le permito que haga ese tipo de reservas en presencia de un general de la Nación —lo reconviene Perkins, aplaudido ruidosamente por el personal que se apretuja tras sus espaldas y que ahora silba y abuchea al cubano. Alguien propone como desagravio cantar la Marcha Peronista.

Pallí, el abogado de Proartel, Alberto Gourdy Allende y su gente esperan petrificados que todo termine de una vez. En la inmensidad de su departamento de la calle Arroyo, Mestre se mantiene al margen del desordenado entierro de las dos empresas que construyó en los últimos 14 años. “No me disparo una cosa más de éstas”, se había prometido a sí mismo y a los suyos tras asistir a algunos actos de la primera intervención. Mestre no quería que el escarnio le estallara en su propia cara. Enterado por vía telefónica de los pormenores a medida que suceden, Mestre se hunde en la depresión. El teléfono vuelve a sonar.

—Explotador. Te vamos a hacer volar por el aire...

Llamados anónimos; voces tenebrosas y jadeantes que lo insultan, lo amenazan, lo aterrorizan. Se siente fuera de combate y le pesa más que nunca dirigirse hacia San Juan y Lima.

Alguien le impide el paso en la puerta de Canal 13.

Ese hombre, ante quien todos contenían la respiración, ya no es nadie.

Mestre se vuelve a montar en su Rambler y el chofer Vicente Cortese arranca nuevamente hacia Arroyo y Libertad.

–Bueno, Vicente –le dice frente a su domicilio al empleado que lo ha servido más de una década–, este coche es de Proartel y usted mismo pertenece a su nómina. Así que vuélvase, repórtese a sus nuevos jefes y buena suerte.

Un apretón de manos sella la despedida.

Lo que vino después II

1º de agosto de 1974: El Estado cobra cuentas pendientes de Canal 13 y Proartel por casi dos millones de dólares.

2 de agosto de 1974: Canal 9 se autotitula “canal recuperado para el pueblo”. El 11 asegura que la “nacionalización de los canales es un paso más en el camino de la reconstrucción nacional” y levanta *Telecómicos*. Se echa mano a viejos *tapes* de la era privada y a remanidos enlatados extranjeros.

5 de agosto de 1974: Mestre se recluye deprimido en su mansión veraniega El Caney, a metros de la parada 19 de Playa Brava en Punta del Este. Tiene 61 años y la certeza definitiva de que no poseerá un tercer imperio. “Me robaron”, repite en una letanía sin fin.

13 de agosto de 1974: Catorce de los 23 gerentes y subgerentes de la era Mestre son separados de sus cargos en Canal 13. Sin embargo, los nuevos dueños del 13 conservan a Carlos Montero. “Quédese”, le ordena Mestre a la distancia.

20 de agosto de 1974: La pantalla del 13 pierde frescura y vitalidad. Se producen bajas trascendentales: Tato Bores no puede regresar con su ciclo tras la muerte de Perón. Los almuerzos de Mirtha Legrand cesan abruptamente. La presidenta la recibirá y escuchará sus lamentos, pero nunca más volverá a comer ante una cámara de TV mientras subsista su gobierno.

30 de agosto de 1974: A la cadena nacional recurren funcionarios de cualquier nivel para contar hasta los más insignificantes proyectos de sus respectivas áreas y para cubrir intrascendentes eventos deportivos con tufillo político como los campeonatos escolares “Evita” o actos del justicialismo, no necesariamente gubernamentales. Atrue-

na la propaganda oficial. Y la imagen de José López Rega se multiplica en las pantallas de todos los canales.

Setiembre de 1974: Mestre viaja al Brasil, a Colombia y a los Estados Unidos. Mantiene conversaciones, explora negocios.

1º de octubre de 1974: Canal 13 cumple 14 años pero su afiatado organigrama se deshace hora tras hora. El interventor Omar Gómez Sánchez, instalado en la oficina de Mestre, se toma un whisky y convoca a sus amigos. “Me puentean”, se queja Montero.

10 de octubre de 1974: De vuelta en Punta del Este, donde ha fijado su residencia temporaria, la inmobiliaria Gattás asocia a Mestre para construir varias torres. Los nombres puestos a los edificios agujijonean su nostalgia de viejo exiliado cubano: Malecón 1, 2, 3 y 4, y Varadero.

Diciembre de 1974: Antes de que el año termine, Canal 13 y Proartel pierden a los nueve ejecutivos jerárquicos sobrevivientes de la administración Mestre (incluido Montero). La emisora pasa a ser conducida por terceros niveles, inmediatamente promovidos. Se desactiva el centro de cómputos de la empresa para volver a la contabilidad manual. “¡Son extraterrestres de una incapacidad inconcebible!”, brama Mestre.

Enero de 1975: El negocio de la construcción en Punta del Este progresa y a las unidades construidas se agregan Recalada, El Monarca, Torres de Plata I, II y III y, en vista de los resultados espectaculares, se extiende a Montevideo donde levanta un *shopping* y animan a Mestre a incursionar en la construcción también en Miami, a donde viaja asiduamente para visitar a familiares y amigos.

Marzo de 1975: Comienza un inédito retraso en el cobro de los haberes televisivos. Jorge Rivera López, presidente de la Asociación Argentina de Actores, reclama “la participación real de los trabajadores en la conducción de

la televisión, cosa que hasta ahora no ha sucedido". Ni sucederá.

1º de julio de 1975: A un año de la muerte de Perón, la aparición de "comisarios políticos" en los canales genera incertidumbre entre los responsables de distintos ciclos, cuyos libretos son cuidadosamente leídos, corregidos o amputados, según los casos, antes de ser producidos. Una vez grabados, vuelven a pasar por la tijera de los censores o sus integrantes amenazados de muerte por la Triple A, como sucede con el elenco de *La noche de los grandes*, de David Stivel. Los frágiles parques técnicos, sometidos a intenso desgaste, sufren progresivos deterioros. Las finanzas de las empresas –ya sumamente castigadas en la última etapa privada– desmejoran en manos estatales.

10 de julio de 1975: La intervención de Canal 13 se engulle rápidamente dos millones de dólares en derechos de exhibición de programación fílmica y la totalidad de las piezas de repuesto existentes por más de 300 mil dólares. Las ventas descienden a menos de la cuarta parte y baja el encendido en un 30 por ciento.

18 de julio de 1975: Se convierte en ley la expropiación de los bienes físicos de los canales "estatizados".

18 de setiembre de 1975: Río de la Plata TV y Proartel piden su concurso preventivo.

Octubre de 1975 a marzo de 1976: El gobierno peronista apura su previsible disolución. La inflación recrudece. La cúpula gremial, cansada de desplantes, estalla en un insólito paro general de 48 horas. Se va López Rega y Luder aplica paños tibios que no alcanzan en su tenue interinato. El Congreso no se anima a pedir el juicio político a la presidenta, se subleva la Aeronáutica y se expande el persistente aliento fétido de la violencia política.

Marzo de 1976: En medio de tanta descomposición, la TV navega a la deriva, tironeada por los resabios del lo-

pezrreguismo, las malas influencias del secretario general de la Presidencia, Julio González y algunos funcionarios que el movimiento obrero finalmente logra introducir, aunque demasiado tarde.

TERCERA PARTE

VOLVER A EMPEZAR

El golpe

Buenos Aires, marzo de 1976

Mestre siente alivio cuando en la madrugada del 24 estalla el golpe militar contra María Estela Martínez de Perón. Con su esposa pensaban en irse para siempre de la Argentina. Ahora, con las fuerzas armadas aposentadas en lo más alto del poder, espera recuperar la tranquilidad perdida. Pero la peste terrorista también se infiltra entre los uniformados. Temibles Falcon verdes desgarran las noches con sus lúgubres sirenas por la ciudad vacía. Sus encapuchados ocupantes patean puertas, cortan sueños, se aferran brutalmente a cabelleras desconocidas y empujan cuerpos temblorosos y adormecidos dentro de sus carrozas fúnebres.

A Mestre no le llegan –todavía– noticias de la represión anómala y salvaje que se desata a apenas un par de cuadras de sus oficinas en la calle Cangallo. Ajeno a la muerte organizada, se dedica a uno de sus deportes preferidos: hacer *lobby*, intercambiar información con amigos o conocidos, vislumbrar hacia dónde se dirige el nuevo gobierno y entusiasmarse con el nuevo ministro de Economía, José Alfredo Martínez de Hoz.

–Por fin –comenta a quien quiera oírlo– se puede caminar otra vez sin temor por las calles de Buenos Aires...

–Goar, ¡se lo llevaron a Juan! –desde el teléfono, una voz crispada le nubla la alegría.

Su lugarteniente más leal, Juan Manuel Pallí, por quien pondría las manos en el fuego y en el que confía plenamente, acaba de “desaparecer”, un verbo que los militares conjugan en tiempo de crimen.

Las celdas del presidio de Magdalena desbordan de personajes del gobierno depuesto. Y allí va a parar también Pallí, víctima de un confuso episodio que termina arrancándolo de su casa. El régimen militar apunta muy cerca de Mestre. Y no falla.

“Soy de origen conservador y hasta antidemocrático por momentos –confiesa Pallí a la revista *Prensario*–, y dudé alguna vez del sufragio universal. Fui un soñador de derecha, pero hubo dos cosas que me hicieron respetar las urnas: la primera fue cuando Kennedy le ganó a Nixon, que era mejor, por 25 mil votos. La segunda, cuando el gobierno militar me metió preso. Fue una experiencia indescriptible saber lo que es la picana eléctrica, ver gente golpeada, abusos de poder, oír expresiones antisemitas.”

Sin proponérselo claramente, algún sector difuso del Ejército le arranca el brazo derecho a Mestre. Su alegría por la caída del gobierno peronista se transforma en desasosiego. Se suceden las llamadas telefónicas a muy alto nivel y las entrevistas reservadas con funcionarios del régimen. Mestre se mueve sin resultados para lograr que la puerta de la sórdida celda de Juan Pallí –contigua a la del periodista Jacobo Timerman– se abra de una vez.

Tras la estatización de Canal 13 y Proartel, Pallí descubrió una nueva actividad que llegó a fascinarlo: “cazador de cabezas” (*head hunter*, como dicen los norteamericanos), para lo cual montó una consultora especializada en búsqueda de ejecutivos y personal jerárquico.

El primero en demandar sus servicios fue el banquero de moda, el meteórico David Graiver, a quien había conocido en tiempos de la gestión de su amigo Francisco Guillermo Manrique al frente del Ministerio de Bienestar Social. Graiver se convirtió muy pronto en uno de sus más directos funcionarios y, en esas circunstancias, Pallí tuvo oportunidad de tratarlo. Años después sus caminos volvieron a encontrarse. Graiver, en pleno esplendor, necesitaba ejecutivos para sus crecientes operaciones en Nueva York, Caracas y en cuanto lugar sus negocios se expandieran. Después del golpe, Graiver desapareció misteriosamente en un accidente de aviación nunca esclarecido y el pobre Pallí, como muchos otros relacionados, directa o indirectamente, con el banquero, fueron prendidos inmediatamente por los militares. La opinión pública no sale de su asombro: Graiver había manejado financieramente los cuantiosos fondos de los Montoneros en sus múltiples secuestros extorsivos. Los jefes castrenses, obsesionados por deshacer la trama, convierten a todos sus conocidos en cómplices.

Mestre visita a Pallí cada semana, no importa cuán lejos lo trasladen. Son siete desesperantes meses de peregrinación entre los presidios de Moreno y Magdalena y los despachos oficiales.

Finalmente, el Consejo de Guerra formado para juzgarlo resuelve absolverlo de culpa y cargo. "Tiene el don del cielo -piensa Mestre-, que persona que entra en contacto con él, se hace amigo." El titular del Cuerpo que lo juzga, el coronel Clodoveo Batesti, se interesa tanto en sus conocimientos televisivos que hasta se convertirá en interventor de Canal 9. Su antiguo dueño, Alejandro Romay, lo guiará desde las sombras para que la emisora que fue suya vuelva a sus manos.

Cuando Batesti efectivamente se convierta en el mandamás de la emisora, su antiguo convicto, Juan Ma-

nuel Pallí, le seguirá hablando al oído como si nada hubiese ocurrido.

Operación Rescate

Mestre, mientras tanto, ha conseguido de todos sus socios minoritarios en el canal y la productora perdidos la autorización para negociar una solución honorable que, al menos, los resarza económicamente de la expropiación del 13, sin descontar la posibilidad de volver a recuperar su licencia.

En mayo de 1976, Mestre prepara un “Informe sobre la televisión argentina y la participación de Proartel en la misma”. Elevado al gobierno de Jorge Rafael Videla, plantea soluciones y alternativas para zanjar las deudas contraídas por el peronismo y sugerir un marco estable que permita a la TV retomar los ímpetus expansivos que supo tener en los ‘60.

Pero los militares se entusiasman más de lo que Mestre había previsto con los canales heredados del peronismo. Aunque el director general de Radiodifusión, comodoro Carlos Alberto Rossi Paz, considera que los ha recibido “en un estado total de desorganización y con una situación de absoluto deterioro en lo financiero”.

Los oficiales superiores de las tres fuerzas armadas enviados a los canales —el Ejército se queda con el 7 y el 9; la Aeronáutica se apropia del 11 y la Armada juguetea con el 13— descubren una nueva vocación: apostar al *rating*, adquirir un poder suplementario por ser quienes ahora deciden con qué cubrir las pantallas y volverse inesperadamente irresistibles para las aprendices de actrices o *vedettes*. El órgano rector es la Secretaría de Información Pública —ex Secretaría de Prensa y Difusión—, en tanto que el canal decano,

como cabecera del Servicio Oficial de Radiodifusión, responde a la Secretaría de Comunicaciones.

Cada emisora tiene sus propias “listas negras” y escalas de valores que varían de acuerdo con el humor de los funcionarios de turno y las posturas particulares de cada arma, contradicciones incluidas. Los celos mutuos entre las fuerzas de tierra, aire y agua se traducen en la TV en una competencia desenfundada –más pronunciada que la existente en la era privada– que hace trepar como nunca antes los *cachets* de las figuras contratadas. En la práctica manejan el medio los mismos ejecutivos formados bajo los extinguidos reinados de García, Romay y Mestre, ahora menos contenidos porque el Estado no les fija límites para gastar.

El almirante Emilio Eduardo Massera se ocupa personalmente de no dejar librada al azar la participación de su fuerza en la televisión.

Previendo un desarrollo promisorio de su propia carrera política envía a Canal 13 a un hombre de su más extrema confianza, su asistente, el capitán Carmelo Astesiano Agote.

–¡Bienvenido a su casa! –lo recibe calurosamente el interventor del 13 al ex dueño de Proartel en su primera visita a los estudios tras su forzoso alejamiento en 1974. La presencia de Mestre en San Juan 1160 causa natural revuelo. Astesiano Agote no pierde el tiempo. Quiere equivocarse lo menos posible en su nuevo puesto y solicita el asesoramiento informal del hombre que conoce más a fondo la empresa.

–Vea Astesiano –recomienda Mestre–, lo mejor que puede hacer es rescatar la mayor cantidad posible de cabezas que manejaron Canal 13 y Proartel cuando estábamos nosotros.

El capitán anota prolijamente en un block el nombre

de Carlos Montero y varios otros gerentes y jefes de departamentos, decapitados tras la intervención peronista.

–Mire, yo de esto no sé nada –reconoce el marino–; calcule que soy nada más que un militar que está cumpliendo con su misión. Pero presumo que muy pronto le devolverán el canal.

Mestre cierra el cerco

A mediados de 1976, el gobierno crea una comisión negociadora para llegar a un acuerdo extrajudicial con los ex permisionarios. Representantes de las tres fuerzas, enviados de los ministerios de Economía y Educación, de la Secretaría de Justicia y de ámbitos afines, en total quince personas, conforman lo que Mestre ácidamente bautiza como el “Arca de Noé”. Preside el grupo el doctor Ricardo Noceda. Con él, Mestre emprende trabajosamente las negociaciones, mientras su equipo realiza toda suerte de análisis económicos y jurídicos.

–Antes del golpe –confiesa Mestre– pensaba a qué país podía irme a vivir. Y ahora me siento muy cómodo y seguro. Entonces no veo de qué manera podría pedirle a este gobierno más dinero del que les pedí a los peronistas cuando estaba asustado. Quiero, pues, los diez millones de dólares que solicité entonces, actualizados al día que me paguen con un interés razonable..., digamos del 8 por ciento. Si por caso, hoy me pagaran, debería recibir 12.200.000 dólares. Eso es lo que yo quiero aunque sé que nuestras empresas en realidad valen entre 15 y 20 millones.

Las cifras que barajan los negociadores son sensiblemente menores. El intercambio de papeles entre la oficina de Mestre –hay dos mecanógrafos que teclean sin pausa cartas y notas– y la comisión no decrece, pero el estancamien-

to es obvio. Por fin, un año después de fatigosas conversaciones, Noceda hace su primera oferta: 6.600.000 dólares. “De ninguna manera”, corta Mestre. “Ocho millones”, ataca de vuelta el funcionario. Mestre no afloja. “¿Nueve millones?” “No, no y no.” Mestre aprieta el acelerador a fondo.

—No voy a tomar una decisión —advierde— que me reproche el espejo. Prefiero volver a los Tribunales. Sé que la Justicia argentina suele ser lenta, pero confío en ella. A lo mejor no voy a estar para ver los resultados, pero no quiero que mis hijos, yernos, nueras y nietos me recuerden cuando falte diciendo: “¡Qué tipo fenómeno!, lástima que se equivocó al final porque aceptó que le pagaran nueve millones por una cosa que valía entre 15 y 20 millones”. No, señores. Si acepto, cada mañana cuando me mire al espejo veré la imagen de un boludo.

El secreto de los Vigil

Inesperadamente se abre un frente interno de combate. Los Vigil comienzan a intranquilizarse.

—Tenés que aceptar. Ya dijiste que no cuando hicieron la oferta de los seis millones. Estás jugando con fuego —Constancio y Aller Atucha presionan a Mestre. En verdad, la Editorial Atlántida ya está hecha. Apenas el gobierno superó la barrera de los ocho millones, los Vigil ven la oportunidad de recobrar con creces el millón de dólares que el Citibank les ha prestado para adquirir el 14, 11 por ciento de las acciones del canal. Y están ansiosos de que eso suceda cuanto antes.

—Lo siento, el espejo no me lo perdonaría —irrita Mestre a los Vigil con su cantinela.

Mestre había pedido a sus socios el manejo monopólico de la “Operación Rescate” a cambio del 20 por ciento de lo que finalmente le tocara a cada uno. Los Vigil habían

aceptado en principio esa modalidad, pero ahora deciden dar un paso tan trascendental como secreto: visitar al secretario de Información Pública, Pablo Carpintero.

–Queremos decirle, capitán –toma la palabra uno de los primos a quien acompaña el abogado de Atlántida, el doctor Julio Curutchet– que estamos de acuerdo con el ofrecimiento de ocho millones y medio. Creemos que el señor Mestre no está siendo razonable ni está cooperando con el Estado nacional en momentos tan críticos para el país...

Enfurecido, Mestre elucubra un escarmiento soberano para sus “amigos” de Azopardo y México. Se sobrepone a su fatiga y garabatea en un block, y por última vez, su propuesta definitiva. Ajusta sus números al máximo –baja 1.600.000 dólares su pedido original– y reclama el pago de “sólo” 12 millones de dólares (cuando debido a los intereses que siguen corriendo el monto adecuado ya trepa a casi \$13.600.000).

–Sé que usted se va a reír de mí –se ataja Mestre ante el doctor Enrique Folcini– pero tengo un último pedido que hacerle. Como se imaginará, yo intervine, de una u otra manera, en la compra de cada uno de los equipos y muebles que hay en Proartel y Canal 13. Dejé allí muchas cosas que me recuerdan cómo rehice mi vida tras mi partida de Cuba. Entre otras, mi oficina, que me ayudaron a decorar mi mujer y mis hijas. Y como ya le he dicho, soy un tipo muy vanidoso y con el ego hipertrofiado. De allí que me atreva a pedirle hasta el último objeto que haya en esa oficina, muebles, cuadros, ceniceros; en una palabra, lo quiero todo. Y, si ustedes me lo permiten, me voy a dar el lujo de decir que tengo los muebles más caros del mundo porque estoy pagando por ellos 1.600.000 dólares que es precisamente la rebaja que les estoy haciendo...

–Pierda cuidado, no va a ver ningún problema con

eso –aclara y se sonríe el funcionario–. Esto ya pinta mucho mejor y creo que sobre esta base podemos ver...

–Mire –se planta Mestre–, discúlpeme, pero le ruego que se limite a decir que sí o que no. No me cambie ni una coma ni un centavo. No oigo más propuestas ni hago más contrapropuestas.

Pese al planteo extremo de Mestre, hay nuevas escaramuzas. El sector oficial quiere tener la última palabra: 11.500.000 dólares. El cubano se había comprometido a no echarse atrás por nada del mundo. Por fin encuentra una original fórmula para dar el brazo a torcer sin faltar a su palabra. Pero la solución la hace pasar, con cierta picardía, por la Editorial Atlántida.

–Esta gente –informa Mestre a Constancio Vigil y Carlos Aller Atucha– ofrece únicamente 11.500.000 dólares, pero yo sigo insistiendo con mi propuesta de 12. ¿Qué creen que debo hacer?, finge preguntar con candidez.

–¡Hay que aceptar, desde luego! –le contestan angustiados.

–Bien –Mestre, irónico, paladea su respuesta–, quiero decirles que como ustedes fueron a ver al capitán Carpintero en un acto de deslealtad de los más grandes que pueda cometer un ser humano, creo que éste es el momento justo para que se llenen de gloria con el gobierno militar absorbiendo esa diferencia, renunciando a cobrarla, de manera que yo pueda aceptar lo que nos ofrecen. Es más, yo mismo le voy a decir al capitán Carpintero, para que se lo transmita al general Videla, que ustedes, con un sentido patriótico mucho mayor que el mío, han hecho posible la consumación de esta tratativa rebajando esa suma de la cantidad que les corresponde, infinitamente superior al millón que pusieron y ni que hablar de los 300 mil dólares que finalmente les costó pagar el préstamo.

–Señor Mestre, quiero ser el primero en felicitarlo

–reconoce la voz del interventor de Canal 13, el capitán Astesiano, del otro lado del teléfono–, ¡al fin se va a hacer justicia en el país! Su propuesta... –duda Carmelo Astesiano Agote– ¿finalmente se la aceptaron?

–No sé, estoy esperando que me lo comuniquen.

–Bueno... por lo que yo sé, creo que sí. Me acaba de llamar el capitán Carpintero y me ha dicho que le pregunte adónde le mandamos todos los muebles y cosas que hay en esta oficina desde la que estoy hablando.

–¿Eso le dijo Carpintero? –Mestre suelta una carcajada.

–Le repito: termino de cortar con él y, como buen militar, cumplo órdenes.

–Bueno –Mestre exultante, imparte su propia directiva–, usted, amigo Astesiano, va a tener ahora un conflicto de poderes. Ha recibido, por un lado, la orden de un superior, pero déjeme que dé también mi propia orden: mientras usted permanezca en el cargo de interventor de Canal 13, de esa oficina donde usted está en estos momentos no se saca ni se mueve absolutamente nada. Lo que menos quiero es causarle molestias. Así que eso que le han dicho lo podrá llevar a cabo el día que usted abandone el cargo, pero no antes.

La “Operación Rescate” llega a su feliz resolución, 16 meses después de su puesta en marcha. El acuerdo se firma en la Secretaría de Información Pública, en el primer piso de la Casa de Gobierno. Allí Mestre es recibido por su titular, el capitán Carpintero.

–Señor Mestre, no he querido tener ningún contacto con usted hasta que no se llegara a un acuerdo. Me siento muy contento de que al fin se vaya a hacer justicia, pero... tengo un problemita. Ya he hablado con el presidente y estamos cortos en 300 mil dólares. Si los quitamos, puedo resolver este asunto. Créame que todo esto me da mucha ver-

güenza, pero así son las cosas y el general Videla me ha encomendado hablar con usted para ver si terminamos este asunto de una buena vez.

Mestre fruncé el ceño: no es poco el dinero que se ha “perdido” por el camino.

Al despedirse, cuando las manos de los dos hombres se estrechan, Mestre aprieta firmemente unos segundos más la de Carpintero.

—Nos estamos dando la mano —subraya Mestre en esa situación— comprometiéndose usted a hacer lo que esté a su alcance para que no se cometa otra nueva injusticia, para que esos 300 mil dólares aparezcan. Quiero su compromiso de caballero de que va a hacer todo lo que esté a su alcance para persuadir al presidente, o a quien sea, de que no es ni justo ni correcto que nos hagan esto.

El convenio definitivo entre los accionistas y el secretario de Información Pública —los 300 mil dólares reclamados jamás aparecerían— se firma el 18 de octubre de 1977. Casi cuatro meses después, el 27 de enero de 1978, el Poder Ejecutivo Nacional, mediante el decreto 193, formaliza la compra por parte del Estado, de Canal 13 y Proartel en 11.200.000 dólares. La tenencia de las acciones quedarán en la órbita de la SIP, donde el capitán Carpintero deja su lugar al contralmirante Rubén Oscar Franco. La Marina sigue siendo el arma más dedicada a los medios audiovisuales. Y para ello destaca a sus oficiales superiores. El mismo Franco llegará a ser comandante de la fuerza.

Atlántida se lleva algo más de 1.100.000 dólares, y en tanto las relaciones de los Vigil con Mestre se enfrían, éste salda sus deudas de casi dos millones y medio de dólares con CBS y Time-Life.

De ningún modo piensa olvidarse de Canal 13. Franco, en persona, lo alienta durante una comida en el Claridge:

—La nueva ley de radiodifusión saldrá de un momen-

to a otro. Y enseguida se llamará a concurso. Si se presenta, con seguridad ganará.

Brasil: toco y me voy

A los 66 años, Mestre acaba de cobrar una fuerte suma de dinero como para olvidarse para siempre de sus obsesiones televisivas y dedicarse a disfrutar de la buena vida. Nada más lejos de sus planes. En primer lugar repatria a su hijo Roberto de Venezuela. Desde hace un par de años se desempeña como vicepresidente a cargo de finanzas del poderoso grupo Cisneros, propietario entre otras muchas empresas de Venevisión, la exitosa cadena de TV venezolana fundada por don Diego Cisneros, el viejo competidor de su padre. Goar quiere a Roberto a su lado en Buenos Aires para pensar juntos un par de nuevos negocios y mover el capital recién recuperado.

No tiene tiempo. Desde el Brasil demandan urgentemente sus servicios. Nunca le había prestado demasiada atención a ese país. El idioma, cuestiones de idiosincrasia y alguno que otro prejuicio lo alejaron del negocio de la TV Globo cuando todavía estaba en pañales. “Perdí el tren estúpidamente”, se lamenta cada vez que se acuerda y no se lo perdonó jamás. A sus antiguos socios de Time-Life, que sí fueron de la partida, a la larga no les iría muy bien. En cuanto Roberto Marinho se percató de que su invento adquiriría contornos de coloso, se deshizo de los norteamericanos.

Mestre fue siempre un buen amigo de TV Globo y compartió con ella sin mezquindades los avanzados programas de computación desarrollados por Canal 13 y Proartel. Y no sólo eso. La cadena creció en parte a la sombra de la

filosofía Mestre, transmitida por uno de sus hombres, Alberto Hernández Catá.

La ahora venida a menos Rede Tupi, del Grupo Diarios Asociados, un puñado de 17 estaciones a la deriva, busca una conducción coherente.

En una playa al norte del Brasil, el cubano se interioriza acerca del drama de Diarios Asociados, a cuyo fundador, el pintoresco y diminuto Assis de Chateaubriand, había conocido en algunas reuniones de AIR, allá por los años '50.

Mestre y su gente llegan en el peor momento: las licencias están por vencer y todo el andamiaje del grupo amenaza con derrumbarse de un momento a otro.

El tiempo urge y todo se precipita: el grupo Mestre, forzado por la afligente situación, saca al aire un modesto programa de entretenimientos, misceláneas y sketches, con participación del público, que diseña Héctor "Toto" Maselli. La audiencia responde y las perspectivas son halagadoras, pero antes de que puedan recoger los primeros frutos, el popular Silvio Santos, por un lado, y la Red Bandeirantes, por el otro, convergen sobre ellos con un preciso movimiento de pinzas que termina despojándolo de sus principales figuras. Se le escapa a la Red Tupi su última chance de sobrevivir.

El grupo Mestre se vuelve a la Argentina –a Goar la experiencia brasileña le cuesta 350 mil dólares–, pero deja su huella: pronto volverá Carlos Montero para integrarse en un nuevo puesto jerárquico en la ascendente Red Bandeirantes.

La mala racha del 13

Luego de cuatro años de intensos cabildeos y negociaciones eternas con las cámaras empresariales de la radio y la TV, los militares dan a conocer su propia Ley de Radiodifusión en 1980. Prometen privatizarlo todo –hablan con espectacularidad de 24 llamados a concurso para licitar 1.067 canales de TV y repetidoras, 351 radios de AM y 659 de FM–, pero hacen lo contrario y amplifican su presencia en la TV: con la excusa del Mundial de Fútbol, jugado en junio de 1978 en la Argentina, construyeron en tiempo récord una aparatosa planta de televisión en Palermo Chico y extendieron enormemente la red radioeléctrica de ENTEL. Además de acentuar sus dominios monopólicos sobre los cuatro canales capitalinos, acrecentaron también su influencia al hasta entonces privado Canal 2 de La Plata, a través del Ministerio de Economía de la provincia de Buenos Aires. ¿La causa? Suprimir todo vestigio del “clan Graiver” que hizo de la emisora platense uno de sus bastiones más importantes. Entre los planes inmediatos de los uniformados figura volver cromáticas las emisiones de TV y para ello trabajan con una fecha precisa: 1º de mayo de 1980.

Mestre, en tanto, observa con preocupación y a la distancia algunas involuntarias mutaciones que sufre Canal 13. El intendente de la ciudad de Buenos Aires, brigadier Osvaldo Cacciatore, agasajará a sus sufridos contribuyentes con un compleja red de autopistas. La primera, inaugurada en 1979, parte en dos a Proartel y Canal 13, y arrasa la mitad de su superficie cubierta. Pero eso no es lo peor.

El 2 de julio de 1980, poco antes de las 20, un mayúsculo incendio, iniciado en la sala de montaje del tercer piso voltea paredes y techos. Desde la calle observan al ca-

nal convertido en antorcha Alberto Olmedo, Andrés Percivale y otras figuras de la casa, que se acercan entre compungidos y curiosos.

Los Macri y la TV codificada

Ya es poco lo que reconoce Mestre en ese canal quemado y partido por una inoportuna carretera urbana. Y por eso decide explorar la incipiente TV codificada como paso previo al establecimiento de canales por cable. En el Comité Federal de Radiodifusión hay varias solicitudes como la suya en busca de la habilitación de la banda UHF, entre los canales 14 y 83.

En el camino se topa con Francisco Macri, cuyos negocios, particularmente en el rubro automotor (Sevel) y en la construcción (Sideco), parecen incesantes. Junto con su hermano Antonio, han comenzado a introducirse tímidamente en el mercado audiovisual. En tanto Tonino tenía una inclinación natural hacia el cine –asegura ser amigo personal de Vittorio Gassman–, la visión empresaria a largo plazo de Franco incluye un canal de TV.

La primera gran inversión que efectúan en ese sentido se la devora la compra, en la localidad de Martínez, de los derruidos estudios que alguna vez habían sido de Argentina Sono Film.

Sometidos urgentemente a reformas –algunas instalaciones habían sido utilizadas como silos de maíz–, otra cuantiosa inversión va a parar a equipamientos. Pronto se inicia allí la filmación de una seguidilla de títulos cinematográficos, algunos muy exitosos como *La isla*, dirigida por Alejandro Doria o *Piedra libre*, la última película de Leopoldo Torre Nilsson y otras como *Qué es el otoño* y *Contragolpe*.

Tal vez esos tempranos halagos animan a los Macri a seguir involucrándose en negocios aún más complicados y de pronóstico reservado: merodean al intervenido y siempre frágil Canal 2, alguien de uniforme los entusiasma en exceso y terminan invirtiendo a lo grande en la emisora platense.

Las cosas no salen tal cual están previstas: compran un costoso transmisor RCA y otros carísimos equipos. A la hora de sumar, la cuenta totaliza tres millones de dólares. Todo a cambio del 33 por ciento del tiempo comercial del canal. Pero al no tener en sus manos la administración de la estación, los ingresos publicitarios se les escurren ante sus propios ojos. Al cabo de varias temporadas no habrán recuperado ni un solo dólar.

Con Mestre, los Macri tejen planes ambiciosos, pero terminan estrellados contra un muro indestructible: los militares, que alardean tanto de su afán privatizador, no se deciden siquiera a otorgar unas inofensivas licencias de circuitos cerrados de TV. Lentamente el proyecto de la TV codificada queda en el olvido. En su lugar, los Macri y Mestre sobrevuelan Cablevisión de Eduardo Eurnekian y hasta le ofertan a Samuel Liberman comprarle VCC en diez millones de dólares. Pero esas negociaciones quedan truncas.

Tiempo de cambios en el país —se van Videla y sus desaparecidos y Martínez de Hoz con su “tablita”— y un momento particularmente crítico en la vida de Mestre: en uno de sus habituales chequeos en la Clínica Mayo en Rochester, Minnesota —desde hace algún tiempo siente agudos dolores de pecho— le anuncian que la muerte lo sorprenderá de un momento a otro. La arteriografía no miente: sus coronarias están bloqueadas en un 80 por ciento y sólo queda un camino: la operación a corazón abierto.

El 18 de noviembre de 1981 una sofisticada sierra quirúrgica le corta en dos el esternón. “Te lo abren como si

fuese una cajita –lo toma luego con algo de humor negro–, te sacan el corazón, te lo paran y se ponen a coser un pedazo de vena que antes te han sacado de una pierna. Después de siete u ocho horas de trabajo, le dan una corriente eléctrica al corazón para echarlo otra vez a andar, te lo ponen y te cosen el esternón con unos alambres que, desde entonces, cuando no tengo nada que hacer, acaricio. Luego te pasas dos días en terapia intensiva con dolores y molestias terribles y al tercer día te levantan para que camines.”

Con cuatro *by-passes* encima y completamente restablecido de sus dolencias –“Estoy cero kilómetro; tengo 70 años, pero una sensación térmica de 40”, bromea–, su relación con los Macri lejos de enfriarse ante el impedimento de seguir adelante con los proyectos de TV codificada, pronto se consolida en nuevos y fuertes lazos.

El gobierno militar –luego de tirar rápidamente por la borda a su segundo presidente, el general Roberto Eduardo Viola– se dirige hacia su suicida disolución con la recuperación, a mano armada, el 2 de abril de 1982, de las islas Malvinas. Tras la derrota, Leopoldo Fortunato Galtieri es reemplazado por el general jubilado Reynaldo Bignone y la Argentina encuentra su tortuoso camino de regreso a la democracia.

A pesar de los cambios de presidentes, la política de telerradiodifusión de los militares logró tener cierta continuidad en el tiempo.

El sugestivo agregado, a última hora, de un restrictivo inciso al artículo 45 de la flamante Ley N° 22. 285 (de Radiodifusión), impidiendo a las empresas periodísticas participar en las licitaciones de medios audiovisuales, levanta una gran polvareda. Las cámaras empresariales presionan fuertemente –por medio de acciones conjuntas, presentaciones judiciales, declaraciones públicas, entrevistas con autoridades y durísimos editoriales en sus propias publicaciones– en procura de su abolición.

La TV es sólo para los radicales

La ofensiva empresarial –particularmente del propietario del diario *Crónica*, Héctor Ricardo García, quien consigue imponer un par de medidas cautelares de no innovar, logrando desplegar un eficaz paraguas sobre el canal que pretende (el 11)– surte efecto y el Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA) es herido de muerte a comienzos de los ochenta: de los 24 llamados a concurso originalmente previstos, sólo se llevan a cabo algo más de la mitad. Obviamente, por su importancia, los que concitan mayor atención, en 1982, son los de los canales 9 y 13.

Mestre se pone en movimiento. El primer pliego que compra es el de Canal 13. Lo estudia, lo analiza, le entusiasma volver a mandar allí. Piden por la emisora algo más de 15 millones de dólares a pagar en siete años. El estado mayor de Mestre efectúa sus averiguaciones. Sus propios arquitectos habían asesorado al capitán Grimaldi; uno de los interventores de la Armada que anagó, en cierto momento, con construir un nuevo edificio del canal en el terreno cedido por la Municipalidad en la esquina de Cochabamba y Salta, en resarcimiento por los estropicios de la autopista. El presupuesto sólo alcanzó para hacer el pozo y algunos cimientos. Los arquitectos lo recorren todo y concuerdan con el valor asignado al inmueble: algo más de cinco millones de dólares. El ingeniero Gavilanes, por su parte, observa el estado de los equipos y no le parece desmedido que se pida cinco millones de dólares por ellos. Donde sí hay profundas discrepancias es en los derechos fílmicos. Jorge Ignacio Vaillant calcula apenas 700 mil dólares contra 4.600.000 dólares que pide el Estado. Los valores están muy inflados porque se cargan allí los sobrepagos pagados irregularmente a algunos distribuidores de enlatados.

Una sorpresiva llamada telefónica llega cuando Mestre aún sigue enfrascado en el estudio de esas cifras. Es Celedonio Pereda, antiguo accionista de Río de la Plata TV.

—Vicente, Ramucho y yo queremos invitarte a almorzar a Clark's —los hermanos Pereda también desean meterse en la TV—; creemos que hay que dar un paso adelante, pero sólo si podemos contar contigo.

Algunas horas más tarde, el teléfono de Mestre vuelve a sonar.

—Quiero presentarme a la licitación de Canal 13 —la dueña de Loma Negra, Amalia Lacroze de Fortabat, quiere también TV propia—, pero solamente si tú lo manejas.

—Pues mira, te agradezco que hayas pensado en mí y te cuento que me acaba de llamar *Buby* Pereda para lo mismo. ¿Te molestaría que nos reuniésemos todos?

Mestre comienza a formar, casi espontáneamente, su propio grupo. Pero las muy variadas restricciones de la legislación le impedirán avanzar. A Amalita le acaban de conceder la licencia de una radio en Olavarría y eso recorta sus posibilidades para aspirar a un canal de TV. La solicitud de instalación de una emisora de TV codificada por parte de Mestre —aun cuando no ha sido ni será otorgada— amenaza también con tener efectos perjudiciales sobre la sociedad en formación, alejándolo de un probable triunfo. Los abogados piensan diversos esquemas para aliviar las presuntas cargas negativas y el propio Mestre, una vez más, mantiene otro diálogo de sordos con la gente del COMFER. Su optimismo está otra vez a punto de derrumbarse.

Dos semanas más tarde, sus ilusiones renacen tíbamente. Ya ha decidido olvidarse del 13. No parece racional pagar cinco millones de dólares más sólo por el deseo de volver allí. Y ahora que tiene en sus manos el pliego de Canal 9, con menos razón. ¿Su valor de base?: apenas 5.100.000

dólares, la tercera parte de lo que piden por Canal 13. ¿Por qué tan barato? Sencillamente porque el Estado no tiene inmueble que vender. Los rubros incluidos son equipamientos –unos 4.800.000 dólares– y tan sólo 300 mil dólares en derechos filmicos. Sin embargo, hay un inconveniente: el contrato de locación de las instalaciones de Pasaje Gelly y Salguero, donde se genera la programación, son alquiladas por la señora de Alejandro Romay al Estado y, de acuerdo con lo que dice una de las cláusulas del contrato, quedará sin efecto en cuanto la onda sea reprivatizada.

–Lo último que haría en mi vida –asegura Mestre– es sentarme a negociar con Romay.

Y se acuerda en ese preciso momento de los estudios que los Macri tienen en Martínez. Quizá podría salir al aire, en caso de ganar, con Canal 9 desde allí.

–Contigo hago cualquier negocio –le responde Franco Macri sin dudar.

Entusiasmado, Mestre se dirige a Martínez, acompañado por Francisco Gavilanes y ambos se quedan impresionados por las dimensiones enormes de foros y galerías, el mal estado de la mayoría de las instalaciones y la contrastante variedad de equipos.

Pero el fuerte *lobby* de Romay para recuperar Canal 9 termina por desalentarlo. Ha llegado a la conclusión de que tampoco es lógico que un gobierno de facto próximo a finalizar –habrá elecciones el 30 de octubre de 1983 y 41 días después asumirán las nuevas autoridades– resuelva en qué manos estará la TV argentina en los 25 años siguientes.

En la apertura del concurso de Canal 13, el 19 de noviembre de 1982, no se registra ninguna oferta. Y a la licitación de Canal 9, sólo se le anima Romay. Respecto de Canal 11, ni siquiera se puede poner en marcha el llamado a licitación. El abogado de Héctor Ricardo García, Antonio Hernández, juega tan fuertemente sus cartas que los milita-

res tienen que acatar sin chistar la decisión judicial de dejar las cosas tal cual están.

En la noche del domingo 30 de octubre, mientras el escrutinio asesta al peronismo la primera derrota electoral de su historia, Mestre recupera buena parte de su optimismo. Si bien no simpatiza con las ideas económicas de los radicales, suponiendo que tuviesen alguna, aprecia el respeto por las libertades públicas del que siempre han hecho gala en anteriores administraciones. Y está convencido de que Raúl Alfonsín será tan ajeno a los medios de comunicación como lo fue su correligionario antecesor, Arturo Illia. Supone que, ahora sí, con la protección de la legalidad democrática, la privatización de los canales recobrará interés y transparencia.

Por de pronto y para demostrar su abrupto cambio de ánimo, se dispone a dar el primer paso adelante, solicitando al COMFER el inmediato llamado a licitación de Canal 13 “con la esperanza de que la nueva etapa democrática normalizará la situación de la radio y la TV”.

No sólo jamás obtendrá respuesta –apenas un acuse de recibo, el 19 de diciembre de 1983, prometiendo que la solicitud elevada “será puesta a consideración de las nuevas autoridades del organismo en oportunidad que asuman sus funciones”– sino que, peor aún, los radicales ya en el gobierno echarán rápidamente mano a un decreto –el N° 1.151/84– para congelar por completo la aplicación del Plan Nacional de Radiodifusión heredado de los militares. Aun cuando los medios audiovisuales gozarán de una expansión positiva en sus contenidos, el nuevo gobierno se apropiará de los espacios radiales y televisivos con criterios paternalistas. Para disimular su vocación de poseerlos sin compartirlos con nadie, la gestión recién iniciada constituirá burocráticos y oscuros organismos como la Comisión Especial para el Estudio de la Legislación y el Ordena-

miento de los Medios de Comunicación Social, cuyas tareas y conclusiones jamás se conocerán.

Los empresarios del área, en medio de sucesivas postergaciones y promesas vanas, se fastidian con Alfonsín y con su principal fuerza de choque –la Coordinadora, línea interna juvenil de la UCR y de mayor predicamento sobre el presidente–, cuyos periodistas amigos acceden a verborágicos y aburridos espacios en la radio y la TV.

Pero no pueden, como quisieran, mantener en la principal plaza televisiva del país –la Capital Federal– un estricto monopolio estatal. Horas antes de las elecciones del 30 de octubre, los militares otorgan Canal 9 a su antiguo dueño, Alejandro Romay. No obstante ser reconocido afiliado radical y socio en algunos negocios privados de un importante dirigente de ese partido –Enrique Vanoli– y haber contribuido a la financiación de la campaña preelectoral, el nuevo gobierno pretende postergar indefinidamente la entrega de la onda. Cuando se convenza de que sus gestiones en los despachos oficiales son del todo inútiles, Romay acudirá a la Justicia, que le dará vía libre, el 24 de mayo de 1984, a la conducción de Canal 9.

No es la única onda de TV otorgada y no entregada por los militares antes de irse. El peronista José Domingo Irusta Cornet, dueño de Hit Producciones, y Teresa Flouret, hermana de un general del Ejército y ella misma nombrada embajadora en la India por los radicales, ganan la licencia de LS86 TV Canal 2. Irusta y Flouret buscan desesperadamente capitales frescos. En Punta del Este, Mestre e Irusta hablan del tema, pero finalmente una diferencia de 200 mil dólares frustra la posible asociación. En el fondo, Mestre arrastra profundos temores respecto de la estación platense. Es que su área de cobertura abarca tan sólo una parte del interior de la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, al igual que sus antecesores, Irusta buscará a toda

costa entrar con la señal a la Capital Federal para aspirar a las grandes pautas publicitarias.

Mestre no tendrá de qué arrepentirse por no haberse involucrado con Canal 2. A Irusta Cornet y Héctor Ricardo García, asociados años más tarde, les costará sangre, sudor y tiempo conseguir luz verde para avanzar. Cuando por fin la tengan, el éxito será demasiado fugaz y aun cuando proyectarán una peligrosa sombra sobre el liderazgo supuestamente imbatible de Canal 9, los desencuentros en el seno de la sociedad reducirán todo a polvo.

Nace Teleinde

No le cuesta a Mestre llegar a la triste conclusión de que los caminos de la TV abierta por el momento han vuelto a cerrarse. Sin embargo, no quiere quedarse de brazos cruzados esperando hasta la próxima ocasión. Caminar por los viejos estudios de Argentina Sono Film le produce una extraña e irresistible sensación: se reavivan los recuerdos de Radiocentro, de Proartel, de Panamericana, de CVTV.

Los canales 13 y 11 descargan allí buena parte de su producción y sólo en 1982 se graba un centenar holgado de comerciales en video.

Mestre percibe las transformaciones que están sobreviniendo en el negocio audiovisual a nivel mundial. Se descentraliza la producción de programas y la figura del canal productor-emisor transita por una lenta agonía hacia su extinción. En su lugar, brotan aquí y allá productores independientes, deseosos de satisfacer la creciente demanda de nuevas modalidades audiovisuales: la TV por cable o codificada, el *videohome*, los canales de UHF. “Esto también ocurrirá en la Argentina” –se convence a sí mismo Mestre–,

¿por qué entonces no montar un centro de producción que sea modelo en América latina?”

Los Macri incorporan a Mestre como socio minoritario de los estudios de Martínez, otorgándole un 20 por ciento de acciones liberadas y una opción para comprar un 13,33 por ciento más para llegar a un 33,33 por ciento y estar en igualdad de condiciones. Pero aun siendo socio minoritario, será quien mande y se ponga al frente de la operación como si fuese su exclusivo dueño, con los Macri casi al margen del negocio. Mestre inicia nuevas y ambiciosas obras: convierte un estudio de 1.200 metros en dos de 600; coloca parrillas de TV en algunos de ellos y compra nuevos equipamientos.

A tono con el mercado hacia el que apunta, Mestre bautiza como Teleproducciones Independientes S.A. (Teleinde) a su nuevo emprendimiento.

Supone que el proceso de descentralización de la producción televisiva marchará a paso más acelerado que en el extranjero porque los canales han sido confiados por el gobierno radical a individuos designados más en función de sus antecedentes políticos que profesionales. Descuenta que todos esos funcionarios demandarán en avalancha sus servicios.

En los inicios, todo parece marchar como ha sido previsto. Teleinde trabaja a pleno: con gran despliegue se lanza, en el Estudio 2, la grabación de *Amada*, una telenovela protagonizada por Libertad Lamarque. Teleinde se perfila como una nueva potencia televisiva cuyas realizaciones dominarán el mercado. Mestre juega a ganador: contrata como gerente artístico a Alfredo Garrido, último (y exitoso) interventor estatal de Canal 9. Los estudios 3A y 4A están completamente tomados por Canal 13; el Estudio 1 es temporariamente del 11, en tanto que en el 3B, el ascendente productor Raúl Lecuona graba la tira *Amor gi-*

tano, con Arnaldo André y Luisa Kuliok. Por último, el Estudio 5 queda reservado para la producción de comerciales publicitarios. El despegue es auspicioso y prometedor.

En la práctica, Teleinde funciona como un canal, con sus seis estudios alternativa o integralmente en operaciones y con cuadros jerárquicos similares a los de cualquier emisora.

“Sólo le falta una antena y estaría en condiciones operativas de salir al aire”, especulan quienes advierten lo que ocurre en Martínez. Los Macri, y ni qué decir Mestre, proyectan subirse a la TV tan pronto el gobierno se digne a llamar a licitación. Están seguros de que eso sucederá tarde o temprano y que sus chances de ganar serán casi insuperables.

Pero el negocio de Teleinde no prospera como consecuencia de sus prestaciones irregulares y su capacidad ociosa. A períodos de trabajo intensos, les sobrevienen otros en los que la planta se paraliza. Sus costos fijos –numeroso personal, mantenimiento, nuevas inversiones– son demasiado altos para ser absorbidos por sus espasmódicos ingresos.

Mestre creyó que la inexperta TV estatal de la democracia iba a recurrir prestamente a tomar sus servicios y ello no ocurrió. O aun peor: cuando lo hizo –arrendamientos de estudios por parte de los canales 11 y 13 por períodos prolongados y compra de telenovelas–, algunas cuentas quedaron sin cobrar y los dólares adeudados (sobre todo por Canal 11) se acumularon de a varios miles sin esperanzas de recuperarlos. Mestre almuerza, visita o recibe en su oficina a los nuevos funcionarios de la TV y los lleva siempre con renovada ilusión a recorrer sus estudios. Pero tantos años de TV estatal, y de su consiguiente desprofesionalización, han terminado por corromper las reglas del juego de la industria audiovisual.

Mestre se confiesa impotente para hacer frente a las nuevas y poco recomendables modalidades de la actividad: sombríos tejes y manejes; “cometas” que van y vienen por el oscurecido cielo televisivo; falta de respeto a los compromisos contraídos; escandalosos incumplimientos de contratos; atrasos desvergonzados e injustificados en los pagos.

Los embajadores del gobierno en la TV –algunos honestos; otros haciendo fino equilibrio por las cornisas de la venalidad; todos cumpliendo el rol de comisarios políticos– se aferran a sus sillones, embargados al mismo tiempo por la ignorancia y la fatuidad. Desprovistos de los más mínimos conocimientos sobre el medio –hay, incluso, un interventor que se jacta de no tener televisor en su casa–, tendrán que acatar mansamente los susurros al oído de la “patria televisiva”, esa inconmovible segunda línea de gerentes, subgerentes, jefes y asesores que se mantienen en sus cargos desde antes de la estatización de los canales.

En medio de intereses superpuestos, envidias, negocios personales, ausencia de interlocutores válidos, desorden económico –las emisoras acumulan deudas pavorosas sin que sus funcionarios pierdan el sueño–, a Goar Mestre le cuesta abrirle un espacio a Teleinde. Complica el panorama la exitosa ofensiva en el mercado de varias tiras venezolanas. Cuando Mestre era fuerte exhibidor –Canal 13/Proartel y decisiva influencia sobre doce canales del interior–, nunca había dado el brazo a torcer frente a la poderosa Televisa de México, interesada en penetrar la apetecible plaza argentina. “Salvo que –se plantaba ante los Azcárraga– hagamos un intercambio: nosotros les compramos a ustedes, siempre y cuando ustedes nos compren a nosotros.”

Los mexicanos –y los brasileños y los venezolanos que venían detrás– prefirieron esperar tiempos peores pa-

ra la TV argentina. Cuando producir localmente se volvió más difícil y oneroso, la costumbre de comprar telenovelas del exterior y a valores accesibles terminó por achicar por completo las fuentes laborales de los actores y por recortar fuertemente las posibilidades de la industria.

En 1987, el gobierno ya se ha consumido sus mejores momentos: ha juzgado y encarcelado a militares prominentes del anterior régimen; ha resuelto favorablemente –vía plebiscito– el diferendo limítrofe con Chile por el Canal de Beagle; no controla la inflación, pero al menos crea cierta ilusión de estabilidad con el Plan Austral, gracias al cual, además, logra un reconfortante espaldarazo popular en los comicios parciales de 1985. Pero todo eso ya pasó y el gobierno radical transita por una pronunciada pendiente que nunca más podrá remontar. Y la suerte electoral de los radicales se revierte.

Mestre reprueba la gestión de la UCR, a cuya errática política económica atribuye buena parte de su propio desaliento. Teleinde ha dejado hace tiempo de ser una ilusión para transformarse en su peor problema.

Un Emmy para Goar

Una carta de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Televisión de los Estados Unidos llega a su oficina y le cambia momentáneamente el humor.

El sobre le tiembla de alegría entre las manos porque su breve contenido resume las voluntades de los 46 hombres y mujeres más poderosos del mundo de la comunicación, que pueblan el directorio del Consejo Internacional de la entidad madre de la TV norteamericana.

Una firma eclipsa a la otra: la del magnate de la TV italiana Silvio Berlusconi; la de su viejo conocido Roberto

Marinho, padre de la brasileña TV Globo y la de Pilar Miró, mandamás de la muy estatal Radio Televisión Española conviven con las de su amigo Michael Jay Solomon, timón de la Lorimar Telepictures; Paul Fox, representante de la británica BBC y Kiyoshige Onishi, director general de la japonesa NHK. Las grandes marcas comerciales de la comunicación –por supuesto CBS, NBC y ABC, pero también la Turner Broadcasting System (propietaria de la famosa CNN), la Twentieth Century Fox, Univisa y la Paramount– y las empresas estatales del mundo –se suman la RAI de Italia y Antenne II de Francia, además de otras expresiones televisivas de Alemania y Australia–, por una vez han coincidido en **dirigir** sus miradas hacia Buenos Aires, donde ahora Mestre se acaba de enterar de que, por mandato de toda esa heterogénea comunidad de personajes, recibirá un Emmy, la mayor distinción de la TV estadounidense, equiparable al Oscar del cine.

Tamaña distinción, 14 años después de haber abandonado la TV, lo emociona tanto como ser el primer latinoamericano en recibir el Emmy –*The Founders Award* (Premio a los Fundadores). Sus predecesores, en la misma categoría son algo más que notables: Jim Henson, creador de *Los Muppets*; los productores y libretistas Michael Landon y David Attenborough y –exactamente un año antes–, el explorador marino Jacques Cousteau.

De **impecable** esmoquin, Mestre comparte, en la noche del 21 de noviembre de 1983, una de las mesas con su mujer y Edward Bleier, presidente de la Warner Bros, Pay TV Animation and Network Features y otros altos directivos de la Academia. En dos mesas próximas se desparra-man sus cuatro hijos y sus respectivos cónyuges, su hermano Abel y ocho invitados más, Mirtha Legrand y su marido, Daniel Tinayre, incluidos.

–Ningún otro latinoamericano en la historia de nues-

tra industria le ha dado más entusiasmo y sabor a la televisión que Goar Mestre –las miradas de los mil doscientos asistentes que dirigen los destinos de la TV mundial y que en esos momentos degustan los manjares preparados por el chef Mario Barbieri, se clavan en Donald Hewitt, creador y productor de *60 Minutes*, el programa de mayor audiencia de la CBS y presentador de lujo del hombre proveniente de Buenos Aires.

Hewitt, chispeante y risueño, avanza con su presentación, rememorando los pasos fundamentales de Mestre. Y es categórico: “Merece ser llamado el padre de la televisión latinoamericana”. Luego de proyectarse un breve documental sobre su vida en las amplias pantallas dispuestas en el Imperial Ballroom, estalla una salva cerrada de aplausos.

–En el transcurso de mi vida –dice Mestre a sus “hermanos” de la TV aferrado a su estatuilla–, ayudé a construir 28 estaciones de televisión distribuidas en seis operaciones distintas en cinco países, 15 de ellas con mis hermanos Luis Augusto y Abel. Todas, excepto una, cayeron en poder de toda clase de gobiernos, desde dictaduras militares de facto hasta democracias institucionales.

Montado en su pequeña nube de gloria, Mestre llega a media mañana del viernes 2 de diciembre al Aeropuerto Internacional de Ezeiza. El vuelo 453 de Pan Am que lo trae desde Miami aterriza en mal momento: la Argentina está sorpresivamente inmersa en una nueva y profunda crisis militar. Los “carapintada” salen con sus tanques a la calle para desafiar al gobierno de Alfonsín por tercera vez. Como en anteriores ocasiones, luego de un más aparatoso que efectivo despliegue de fuerzas por ambas partes –la TV oficialista habla en cadena de “leales” y “rebeldes”–, el amotinamiento castrense es sofocado.

Esa misma noche, en el hotel Claridge, Alejandro

Massot preside el homenaje de la Asociación de Telerradio-difusoras Argentinas (ATA) a su Emmy, con la presencia de permisionarios y representantes de canales privados de todo el país.

A Mestre le ~~halaga~~ ser reconocido y estar en el candelero. Es feliz cuando llega a la oficina y se encuentra con una lista de llamados para contestar. Le fascina recibir gente o compartir almuerzos que lo pongan al día sobre lo que pasa en la TV. Devora las revistas de actualidad mientras sigue con atención los programas informativos de la radio. Le gusta mantenerse activo, dictándoles cartas a sus secretarias o discutiendo negocios con su hijo Roberto. Lo acomplejan un poco su incipiente sordera y el temor a la decrepitud, y cuando su memoria flaquea, se autocompa-dece atribuyendo los olvidos a la vejez. Adora que su chofer lo espere con el motor del Mercedes silenciosamente encendido, listo para partir hacia donde sea. Íntimamente supone que su ciclo se ha cumplido y que todos esos movimientos –no se pierde ninguna reunión social importante a la cual haya sido invitado– no son más que los últimos estertores de algo que ya se terminó. Aunque la perspectiva de bajar los brazos y dedicarse enteramente al ocio lo atemoriza –le encanta viajar con su mujer a los lugares más recónditos de la Tierra, pero desde donde quiera que se encuentre, se comunica con su oficina en busca de novedades–, el tema del retiro aflora, inclusive, en sus declaraciones públicas.

Ahora, Menem

Lo que ni Mestre ni el país en su conjunto saben aún es que en los meses siguientes la política y la economía argentinas experimentarán tan bruscas convulsiones que to-

do se trastocará. La vorágine electoral –el domingo 14 de mayo de 1989 hay elecciones generales– preanuncia fuertes movimientos en el tablero nacional. Mestre experimenta cierto comprensible desasosiego. A los radicales ha terminado por tomarles profundo fastidio no sólo porque no han privatizado ningún canal, sino especialmente porque desprecia los controles y regulaciones que sin éxito intentan imponer sobre la economía. Lejos de alegrarlo, el final a la vista del alfonsinismo no lo alivia en lo más mínimo. Preferiría, claro, que ganara su favorito, Álvaro Alsogaray, pero no se engaña: sabe que es totalmente imposible. La figura de Carlos Saúl Menem, con sus patillas más que pobladas, sus promesas de “salariazos” y justicia social, no deja de producirle una gran turbación. Supone, como el resto del país, que Menem encarna lo más rancio y folclórico del peronismo tradicional y que el inquietante paisaje de la Argentina del ‘73 al ‘76 volverá a recrearse quizás, inclusive, con mayor virulencia. Por de pronto, decide volar lo más lejos posible para postergar ese trago amargo. Como de costumbre, conviven dentro de Mestre sentimientos contradictorios: su ticket de viaje hacia los Estados Unidos –primera escala de un periplo que lo llevará también a Hawái, la Polinesia francesa, Tahití y Chile– está marcado para el 14 de mayo. La noche sorprende al matrimonio Mestre todavía en el Aeropuerto de Ezeiza. Mientras despachan su equipaje y efectúan los trámites correspondientes en Migraciones, Goar, radio en mano y auriculares en los oídos, escucha el escrutinio arrasador a favor de Menem. Se va preocupado. No cree ser capaz de vivir bajo otro régimen peronista y no le agrada la idea de tener que irse de Buenos Aires.

Pero a su regreso, dos días antes de asumir Menem prematuramente la Presidencia –Alfonsín le cederá el cargo cuando ya no pueda dominar el incendio económico–, Mes-

tre cambia su percepción sobre el nuevo proceso político que se avecina en la Argentina.

“Menem está tendiendo líneas hacia la UCeDé y hará un programa liberal”, repite lo que le han dicho en alguna comida y lo confirma cuando escucha al nuevo presidente en su mensaje inicial desde el Congreso. No puede creer que proyectos e ideas tan liberales puedan salir de la boca de un viejo peronista.

En las primeras semanas de su entronización, la luna de miel entre las clases dirigentes y Menem amenaza con ser eterna. Los sueños imposibles de terminar con la monumentalidad del aparato estatal hacen carne en el riojano de patillas ahora cada vez más recortadas. Quiere privatizarlo todo: teléfonos, líneas aéreas, luz, gas, petróleo y... canales de televisión.

A pesar de que había amenazado reiteradamente durante su campaña con deshacerse de los canales 11 y 13 en cuanto llegara al poder, nadie lo tomó muy en serio. Jamás había ocurrido tal cosa y es impensable que tan luego un gobierno justicialista sea precisamente el que vaya a innovar en la materia.

Menem sorprende a todos al anunciar que cerrará los canales 11 y 13 hasta su total privatización.

El ministro Roberto Dromi, ideólogo principal de la privatización, acaudilla la ambiciosa reforma del Estado con la que Menem piensa desandar todo el camino recorrido cuarenta años atrás por el fundador de su partido y que rubrica apenas 46 días después de asumir la Presidencia. Menem no deja de emitir señales hacia el sector: en agosto de 1989 firma el decreto 528, que crea una comisión con el fin de proyectar “las medidas necesarias para proceder a la privatización de los medios de comunicación administrados por el Estado nacional”. Y también le arranca al Congreso la siempre pedida y nunca otorgada derogación del

artículo 45 de la Ley de Radiodifusión que impedía a las empresas periodísticas acceder al mundo audiovisual. El anuncio del cierre de los canales 11 y 13 gana la calle horas antes de la fiesta máxima de la TV argentina: la entrega de los premios Martín Fierro. La Comisión Sindical de los Medios de Comunicación Social, que aglutina a los once gremios involucrados en el quehacer televisivo, se estaciona con pancartas y cantos poco amistosos a las puertas del teatro Broadway y hasta donde Mestre llega para presenciar la ceremonia en vivo y en directo al lado de Juan Alberto Badía.

La solución de Dromi –“Bajamos las cortinas de los canales y seguimos pagando los salarios hasta que se privaticen”– pretende terminar drásticamente con la sangría que sufren los tres canales.

ATC pierde en un mes los ingresos que registra durante todo el año y apenas puede afrontar el 25 por ciento del total de las remuneraciones de sus 1.125 empleados. En Canal 11, tampoco hay de qué alegrarse: todas sus cuentas están embargadas por sus acreedores. En el 13, la situación no es menos patética: con sus ingresos por ventas sólo cubre el 35 por ciento de sus erogaciones.

El anunciado cierre del 11 y del 13 –también de las radios estatales Excelsior y Belgrano– busca detener la hemorragia. Los artistas montados en el escenario del Broadway, familiarizados con la fuerza multiplicadora de la difusión, no dejan pasar la ocasión y, con la excusa del Martín Fierro, convierten la ceremonia en un interminable alegato contra esa medida. Los ganadores de la estatuilla enhebran sus agradecimientos con sentidos ruegos que la televisión lleva a cientos de miles de hogares en la noche del lunes 7 de agosto de 1989.

La oposición al cierre es tan grande que Menem, a regañadientes, acepta una solución intermedia: los gremios

coadministrarán los canales juntamente con los interventores; el Estado sólo se comprometerá a pagar los sueldos y el resto de las erogaciones deberán ser cubiertas por las propias emisoras. Pero al Presidente nadie le saca la idea de la cabeza y apenas unos pocos días después firma el decreto de llamado a licitación de los canales 11 y 13. Siete sillas vacías durante el breve acto indican que persiste la resistencia a la privatización: los gremios faltan a la cita. Piensan que si ordenan las finanzas en los canales –en eso están, pero a costa de poner en el aire las programaciones más austeras de la historia, de postergar el pago a los acreedores y de acumular facturas atrasadas de los servicios públicos– sus chances para quedarse al frente de las emisoras son altas. Se equivocan: Menem les da vuelta la cara aunque prometiendo favorecer en la licitación a aquellos grupos que admitan la participación de los trabajadores en la conducción de los canales, algo que pronto olvidará.

El secretario de Prensa y Difusión Jorge Rachid, junto a León Guinsburg, delegado interventor del COMFER; Raúl Otero, secretario de Comunicaciones y, particularmente, Raúl Granillo Ocampo, secretario legal y técnico de la Presidencia, que somete a la firma de Menem todos los decretos preparados en su área, decidirán en primera instancia los grupos ganadores de los canales en venta.

Paralelamente, el vocero presidencial Humberto Toledo inicia uno de sus habituales sondeos secretos.

El gobierno quiere, en efecto, traspasar los canales a la órbita privada. Sin embargo, advierte que no le alcanza con la intención y que nadie en la Casa Rosada tiene la menor idea de qué camino tomar para instrumentar ese objetivo. Alguien le sopla al oído a Toledo el nombre de Mestre. En la mismísima Casa de Gobierno, Mestre aconseja buscar la documentación de las anteriores licitaciones –años

1959 y 1982– para redactar los pliegos de bases y condiciones siguiendo aquellos modelos.

A la hora de conocerse el pliego definitivo –suerte de Carta Magna sobre la privatización de los canales–, la influencia de Mestre sobre Toledo se hará sentir, principalmente, en la evaluación prioritaria de los antecedentes personales, patrimoniales, técnicos y culturales de cada uno de los miembros de las sociedades aspirantes, dejando para una instancia posterior la apertura de los sobres con las ofertas económicas concretas. Por lo demás, se obliga a los ganadores a mantener la estabilidad del personal de cada emisora por espacio de un año y a la adquisición de los activos pertenecientes a cada onda, aunque sin incluir los edificios, que se entregan por cinco años en comodato con una opción a compra.

Paradójicamente, a Mestre se le han ido repentinamente las ganas de volver a tener un canal, justo cuando, como nunca antes, sus posibilidades para obtener uno a corto plazo son casi insuperables. Incluso cuando tras una informal cena en lo de Mirtha Legrand, hasta el presidente Menem intenta animarlo con un esperanzador “presétese”. “Si tuviera veinte años menos, me metería de cabeza”, confiesa a sus íntimos. Pero Mestre es consciente de que, a pesar de su vitalidad, está preso dentro de un cuerpo de casi 77 años.

Todos los caminos conducen a Mestre

Aunque la tentación ronda alrededor de Mestre para hacerlo cambiar de opinión y subirlo a toda costa a un grupo en un lugar destacado –incluso en la última etapa del gobierno radical cuando se barajó repentinamente la posibilidad de “privatizar” los canales asignando el 13 a la UCR

y el 11 al PJ, recibió a emisarios de los dos bandos— mantiene todavía en firme su decisión de automarginarse del proceso licitatorio abierto por el gobierno menemista.

Pero no deja de recibir a nadie. Constancio y Aníbal Vigil, los dueños de Editorial Atlántida y antiguos socios suyos en Canal 13, por nada del mundo quieren quedar fuera de la carrera por obtener un canal, pero no se les ocurre cómo hacerlo y no tienen más remedio que recurrir otra vez a Mestre. A los Vigil les congela la sangre con su insistencia de no presentarse con ellos ni con nadie.

A Alejandro Massot, presidente de la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas tampoco le va mejor. Su plan es más que ambicioso y original: en lo que ha dado en llamar “Televisoras Provinciales” —que se ha anotado un primer éxito rotundo con la producción de la tira *Estrellita mía*, con Andrea del Boca y Ricardo Darín—, aglutina a los diez canales privados más importantes del interior del país en una sociedad que busca ser propietaria de una emisora capitalina. Las estaciones asociadas se comprometen a comprar mensualmente programación a su canal de Buenos Aires asegurándole la salida de sus productos en sus respectivas plazas. Todo ello a cambio del 30 por ciento de las acciones liberadas de ese canal metropolitano que Televisoras Provinciales “paga” —más bien se trata de un espejismo— pretendiendo que de la suma que abona por compra de programación, la mitad se le acredite en la cuenta del capital. A Mestre le parecen algo más que excesivas las pretensiones del grupo, y también despacha a Massot.

Francisco Macri, su socio en Teleinde, quien se había mantenido callado hasta ese momento, consigue vencerlo de presentarse a la licitación, aunque no logra disipar del todo sus dudas.

La atmósfera, habitualmente sosegada, de las silenciosas oficinas de SOCMA (Sociedades Macri) en uno de

los edificios construido por el propio grupo en Retiro se vuelve densa, agotadora y arrasa con todo: horarios, fines de semana y feriados. Las luces de SOCMA, encendidas hasta el amanecer, conforman a la altura del piso 14º, un cinturón luminoso en medio de las penumbras.

Aunque el trabajo es abrumador, puede más la euforia que el cansancio. Hay clima de triunfo porque los dos requisitos fundamentales están sobradamente cubiertos. En lo patrimonial, no hay quien supere a los Macri –Franco acusa más de 127 millones de dólares de fortuna personal; su hermano Antonio se defiende bien con sus 3.259.380 dólares, en tanto que el delfín Mauricio, hijo de Franco, lo supera con 4.167.201 dólares y los más chicos (Gianfranco, Jorge y Daniela Macri, también incluidos en el grupo) reúnen, entre todos, casi un millón de dólares –y no hay duda de que no existe en el país una persona con más títulos acreditados, a nivel nacional y continental, en materia de televisión que Goar Mestre.

El problema, aún a dilucidar, es si, en efecto, Mestre acabará por meterse nuevamente de cabeza en el negocio de la TV o se echará atrás. El 29 de setiembre –día en que salen a la venta los pliegos– Mestre es de los primeros en mandar a comprarlos.

Entrelazado con los Macri, su presencia resulta fortalecida. SOCMA es un *holding* enorme –un punto y medio del PBI– al que sólo le falta un canal de TV para consolidar su imagen de imperio integral. Ambos se inclinan por concentrar su atención sólo sobre Canal 11. Sus insuficientes y deterioradas instalaciones son más compatibles con las de Teleinde que las del 13, cuya abundancia de equipos, estudios y personal resultaría a largo plazo una carga innecesaria.

Macri y el dinero

En medio de los fragores habituales de la licitación, un mediodía en momentos en que el equipo de SOCMA mantiene una de sus reuniones cotidianas de trabajo, irrumpen imprevistamente Mauricio Macri, apenas disimulando un disgusto reciente.

—Todo sigue igual..., pero sin Mestre como socio.

La marcha sin obstáculos hacia Canal 11 sufre un traspie de consecuencias impensadas. La noticia es un secreto de Estado que debe trascender lo más tarde posible. Si los competidores se enteran, el *lobby* contra Macri será feroz y lo sacarán de combate antes siquiera de haberse lanzado la carrera.

Un hecho detonante lleva a Mestre a tomar tan extrema determinación: los Macri se han echado atrás con el compromiso adoptado de cederle un 20 por ciento de las acciones liberadas en caso de acceder al canal.

—Aquí cada uno tiene tantas acciones como dinero pone —las palabras de Mauricio resuenan en el interminable living del departamento de Mestre, demasiado tajantes. El dueño de casa recuerda que cuando habían estado cerca de hacer negocio con Irusta Cornet para entrar en Canal 2, los Macri habían insinuado una actitud similar.

—¿Así que mi participación no vale en sí misma nada? ¿Lo convenido no se cumple? —pregunta Mestre antes de echar abajo la estantería—; bien, en ese caso, creo que el negocio lo deben hacer ustedes solos. Yo me retiro.

Cuando reaccionen, conscientes de que su barco se hundirá fatalmente a falta de capitán, los Macri saldrán a ofrecerle el 10 por ciento de las acciones liberadas del futuro canal. Entonces ya será tarde.

Mientras los otros grupos quisieran tenerlo como indiscutible carta ganadora, al dueño de SOCMA y a su heredero, en cambio, la lógica económica los pierde.

Nunca se lo ha visto a Mestre tan angustiado. Tal vez si su familia lo hubiese alentado a presentarse, habría corrido el riesgo de internarse otra vez en las estresantes aguas de un canal de TV. Pero ninguno de los suyos cree que deba hacerlo.

–¿Sabes –lo disuaden– cómo te vas a sentir el día que des un manotazo sobre tu escritorio porque han puesto en pantalla algo que no te gusta y no te hagan caso porque tus socios mayoritarios no están de acuerdo contigo?

–Desde los 27 años siempre he sido mi jefe y desde entonces estoy acostumbrado a dar órdenes y no a recibirlas –fundamenta Mestre ante sus despavoridos socios, cuyas seguridades de obtener un canal tambalean.

–Tienes poder de veto –tiran su última carta los Macri intentando restablecer la armonía.

Contribuye a apuntalar la postura prescindente de Goar frente a la licitación la estenosis lumbar que pronto lo llevará al quirófano y que lo tiene a maltraer deparándole incómodos dolores de columna y de piernas.

Mestre resuelve replegarse a Teleinde y los Macri lo entronizan inútilmente como presidente de la compañía prometiéndole, si ganan, acrecentar su participación accionaria del 20 al 35 por ciento del paquete. Tanta generosidad no es gratuita: la distancia que Mestre pretende poner con sus socios que juegan a la TV al quedarse solamente en Teleinde se pierde en cuanto Franco Macri incluye en la oferta de Tevemac el grueso de sus acciones de Teleinde. Mestre queda incorporado de hecho nuevamente en la propuesta cuando Franco, una vez más, lo convence de formar parte del directorio de Tevemac.

Nuevamente teme, y con razón, que en caso de ganar

la licitación no pueda escapar a la responsabilidad de ponerse al frente del canal, algo que se ha juramentado no volver a hacer.

Es ésta la primera privatización importante encarada por el presidente Menem y todas las miradas se reconcentran con expectativa sobre ella.

Mientras cada grupo –hay diez en carrera, pero sólo tres con posibilidades de ganar (*Clarín*, Macri y Televisión Federal)– se repliega cautamente sobre sí mismo haciendo la menor cantidad de declaraciones públicas para no irritar a quienes finalmente decidirán cuáles serán ganadores y perdedores, una nube de rumores y versiones antojadizas los envuelve. Se habla, por ejemplo, de que grandes monstruos de la TV mundial –el italiano Silvio Berlusconi, el australiano Rupert Murdoch y el británico Robert Maxwell– revolotean alrededor de algunos de ellos con ánimo de acoplárseles. Todo no pasa de amagues, salvo el último, dispuesto a derramar unos cuantos millones de dólares en el conflictivo Canal 2, intervenido judicialmente por desavenencias entre sus virtuales socios (José Irusta Cornet y Héctor Ricardo García, al parecer también entusiasmado por recuperar Canal 11). Alejandro Romy, hasta el momento único permisionario privado y líder absoluto de la audiencia desde cinco años atrás, declara preferir competidores privados y no estatales. Pero íntimamente teme perder su cómoda posición. Supone que su camino pasa por la expansión y brega por hacerse de un canal en Paraná, siempre con la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas en la vereda de enfrente, que, en su momento, le frustró su ambicioso proyecto de extenderse por todo el país con una red propia de repetidoras.

Lo quiera o no, Goar Mestre se deja arrastrar por los acontecimientos ocupando un protagonismo creciente del que ha intentado zafar.

Los precisos fogonazos de los reporteros gráficos caen sobre él en el sofocante y tumultuoso acto de apertura del concurso en el desbordado recinto del COMFER, en el séptimo piso de su edificio de la calle Suipacha, donde concurre con Antonio Macri. También están Gerardo Sofovich, Avelino Porto, Pedro Simoncini, los primos Vigil y, por supuesto, Ernestina Herrera de Noble, la directora de *Clarín* que desde hace años sueña con Canal 13. Todo indica que de un momento a otro llegará el mismísimo Carlos Menem a bendecir lo que allí ocurre.

—Esto es un baño turco —bromea el ministro Dromi mientras se seca la transpiración de la frente con un pañuelo— y las “luminarias” de las comunicaciones argentinas —Mestre incluido— se fugan ante la certeza de que el Presidente jamás llegará.

Cuando ya sea irremediabilmente tarde, frente a las ofertas escritas, reunidas en tremendos paquetones —los más grandes pertenecen a Tevemac y ha sido el joven y corpulento Jorge Macri quien se ha encargado de foliar estoicamente una página tras otra de la oferta, así como su hermana Daniela ha sacado fotocopias a rabiar como el más aplicado de los cadetes—, León Guinsburg arranca con su demorado discurso.

—Nunca, en ningún concurso para medios —dice— hubo tantos oferentes.

No exagera: de los 16 pliegos vendidos, 10 se han convertido en ofertas concretas —6 para el 11; 4 para el 13—; aunque son sólo siete los grupos en carrera; además de Tevemac; Arte Radiotelevisivo Argentino —*Clarín* mayoritariamente y porcentajes minoritarios de unos pocos canales y empresas periodísticas del interior—; Productora Federal de Comunicaciones —empresarios ajenos al medio aunque asociados a un experto en la materia, Gustavo Yankelevich, quien ya ha manejado la programación de Canal 11 y es nieto del fundador de la TV argentina—; Televisión Federal (Te-

lefé) –los Vigil y Avelino Porto aunados a los diez canales del interior agrupados por Alejandro Massot, más el fuerte respaldo económico de Luis Zanón y Francisco y Santiago Soldati–; Videomundo –asociados al petrolero Raúl Marden y los astilleros Martinenghi y Petrucci– y Argentevé –Julio Ramos, más los aportes de *La Prensa* de Buenos Aires, *La Capital* de Mar del Plata, Palito Ortega y Gerardo Sofovich. Este grupo es el único que no compite con Tevemac por concentrar sus expectativas en Canal 13. Y una anécdota de último momento: la llegada tarde, involuntaria o premeditada, de la propuesta de Héctor Ricardo García, también para el 11, y rechazada por el COMFER.

Ningún grupo se siente todavía del todo seguro de ganar, ni siquiera *Clarín*, *Telefé* y *Tevemac*, los tres grupos “fuertes” entre los cuales finalmente se dirimirán las licitaciones. Han comenzado, inclusive, algunos sondeos en diversos ámbitos para ver si es posible sacar a concurso por decreto la onda aún vacante de Canal 4 o, por lo menos, asegurar cierto tipo de acceso al caótico Canal 2, de donde los abogados de Macri salen despavoridos. El cuarto en discordia, Argentevé –con *Ámbito financiero* a la cabeza– ya presiente su temprano descarte e inicia una gran ofensiva desde sus páginas.

Tevemac, en el ojo de la tormenta

Se acerca la hora de la batalla final. Durante varios días, representantes de todos los grupos buscan con lupa errores en las carpetas de sus competidores que el COMFER pone a su disposición para que formulen sus impugnaciones.

“Se sacarán los ojos”, comentan los repentinamente excitados empleados del COMFER, poco acostumbrados a recibir tamaña invasión en masa de abogados, contadores

e informantes. Todo para cruzarse 32 impugnaciones de distinto calibre. La prescindencia de Tevemac en formular cargos a los demás no la salva de los ataques. Telefé, su principal enemigo, apunta con mortífera precisión hacia su flanco más desguarnecido. “Goar Mestre –denuncia– no es accionista de Tevemac y sólo aparece designado como director, relación que es débil y circunstancial y su alejamiento puede producirse en cualquier momento.” Al mismo tiempo, no reconoce “condiciones de profesionalismo y de experiencia en materia de medios de radiodifusión” a la familia Macri.

Tevemac, tímidamente, comienza a reaccionar, asombrosamente impulsada desde fuera de SOCMA por Mestre, quien, desde el principio, no ha hecho otra cosa que prestarse muy contradictoriamente a la licitación, poniendo distancia o involucrándose irregularmente.

–Es que debo hacerlo así –explica en su despacho a puertas cerradas– para que los Macri tomen el toro por las astas y decidan ellos qué es lo que van a hacer si ganan el canal. Ya les dije que de ninguna manera quiero, ni puedo, desempeñar un papel protagónico.

Y coloca en un imaginario tablero las piezas con las que desea jugar: Juan Chostourian –un ejecutivo de TV que comenzó con él en 1967, hizo carrera en la TV estatal junto a Carlos Montero y que desde hace un tiempo intenta hacer de Teleinde un centro productor a través de realizaciones propias– estará a cargo de la programación; lo quiere a Mario Gavilán –hacedor en los últimos años de los informativos de TV más exitosos– al frente de la gerencia de noticias y proyecta instalar en la dirección del canal una figura de fuste. En el que será su intento más ambicioso, lo llama a Nueva York a Carlos Barba, en su juventud actor que revisitó en la CMQ y que el tiempo convirtió en poderoso ejecutivo de la TV hispana de los Estados Unidos, para tentarlo

con un ofrecimiento que no resulta atractivo para alguien que se tutea con las grandes corporaciones de la TV mundial. Si Tevemac gana la cabeza máxima de Canal 11 será, finalmente, Antonio Macri.

Aun cuando prefiera seguir ocupando un discreto lugar al costado de la escena, Mestre teme que no se advierta, ni en el gobierno ni en la opinión pública, el rico potencial de Teleinde y, en un acto de audacia, convoca a una masiva conferencia de prensa.

Un golpe de efecto que, sin duda, despega del resto de las propuestas, todas ellas carentes de estudios y equipamientos propios. Las grabaciones que en esos momentos llevan a cabo precisamente en Teleinde los hermanos Eduardo y Alberto Reyna –una miniserie, con visos de telenovela, llamada *Pasión*– para la TF1, el principal canal de Francia, sirven como excusa para poner en marcha el operativo. Si de lo que se trata es de demostrar qué grupo está en mejores condiciones de acceder con éxito al manejo de un canal, he allí una prueba concreta y difícilmente superable: la realización de la primera coproducción televisiva con una emisora europea.

Peligroso desafío en momentos en que los demás grupos se aplican en mantener lo más bajo posible sus perfiles y callan para no cometer errores que puedan ser letales. Mestre avanza sobre terreno minado.

En la mañana del martes 21 de noviembre, luego de hablar por radio con Bernardo Neustadt y Héctor Larrea, Mestre llega eufórico a la planta de Martínez.

Ya en su oficina, logra alterar definitivamente los nervios de los gerentes de su compañía, Enrique Sáinz y Julio César Serna, quienes han chequeado paso a paso cada uno de los aspectos de la inminente reunión. Pero para Mestre nada es suficiente y quiere que todo funcione con la precisión de un reloj suizo.

—Si nadie sabe hacer una visita guiada como Dios manda por la planta, pues yo mismo se las enseñaré —re-crimina Mestre cuando descubre que nadie ha previsto nada al respecto. Como si se trataran de verdaderos visitantes, el presidente de Teleinde lleva a su estado mayor raudamente por los interminables pasillos de la planta, deteniéndose en cada estudio, en la sala de videotape, en cada punto de interés dando una sencilla e ilustrativa explicación que sus empleados deberán repetir al pie de la letra esa misma tarde ante cada grupo de invitados, a manera de guías turísticos.

—Si el viejo sigue en este tren —Juan Chotsourian comenta jocosamente por lo bajo a algunos de los participantes en el curioso *tour* mientras todos trotan detrás de un Mestre por momentos difícilmente alcanzable—, preparémonos para su propio velatorio en el Estudio 1...

Cerca de 150 personas desbordan el Estudio 2A de Teleinde cuando el sol cae sobre Buenos Aires. La intención es apabullar y dar idea de fuerza y organización. Gran parte de los convocados jamás han pisado esas instalaciones o lo han hecho cuando estaban derruidas o funcionaban precariamente. Juan Alberto Badía, Hugo Moser, Carlos Morelli, Rómulo Berruti, Gerardo Sofovich, Carlos Montero, Mario Gavilán, Jorge Ignacio Vaillant y muchos otros sospechan que están ante los más seguros candidatos a quedarse con Canal 11. Mestre en persona lleva de paseo por la planta a León Guinsburg, titular del Comité Federal de Radiodifusión y uno de los evaluadores de las propuestas en danza, y el elenco en pleno de *Pasión* —y su directora María Herminia Avellaneda— llaman la atención de periodistas, reporteros gráficos y camarógrafos.

Presiden la conferencia de prensa los “dueños de casa” Goar Mestre, Antonio Macri y, avisado a tiempo de la importante repercusión de la reunión, el mismo Franco Macri.

Mestre recuerda ante los periodistas que Teleinde es el séptimo centro de producciones de TV que le ha tocado instalar.

—Tuve que ver también con la fundación de 28 canales de televisión —dice Mestre antes de dejar caer su mensaje casi subliminal—, y después de este largo recorrido, resulta extraño decir que no tengo ningún canal.

El impacto de la conferencia de prensa convocada en Teleinde pone en estado de histeria absoluta a Telefé. Antes de que Tevemac suba más todavía sus acciones ante la comisión evaluadora —ha trascendido muy confidencialmente que aventaja por varios puntos a Telefé—, los Vigil desatarán un *lobby* feroz en su contra.

Mientras que Franco Macri apunta directamente al corazón del Gobierno a través de sus fluidos contactos con el influyente diputado menemizado José Luis Manzano, los primos Vigil tampoco pierden el tiempo: montado en su flamante Mercedes Benz blanco —que poco más de un año después le dará un fuerte dolor de cabeza por su irregular importación—, Constancio visita con frecuencia la Quinta Presidencial de Olivos para jugar al tenis con el Presidente y Aníbal recibe en su casa, y con la mesa servida, al secretario legal y técnico, Raúl Granillo Ocampo, otro de los hombres clave de la licitación. Pero no se conforman sólo con negociar en voz baja y a puertas cerradas. Con sus revistas se disponen a meter mucho ruido sobre el tema.

Por medio de una nota demoledora de *Somos*, Atlántida trasunta su principal temor: que el Gobierno ya se haya decidido a otorgar Canal 13 a *Clarín* y Canal 11 a los Macri. Peor aún, el semanario político deja caer, como al pasar, dos rumores gravísimos: SOCMA no sería ajena a algunas fuertes oscilaciones del dólar y Jorge Rachid le habría enrostrado a Manzano “supuestas gestiones para que el gobierno favoreciera por anticipado al grupo Macri”. En

un recuadro, Pedro Simoncini, presidente del directorio de Telefé, afirma que el grupo Macri, utiliza “una curiosa operación de cosmética empresarial, por la que se hace figurar a Goar Mestre, para intentar valorizar sus reconocidos antecedentes personales, pero sin que Mestre participe accionariamente ni integre la sociedad como socio; es sólo miembro del directorio, sin aporte presente ni futuro de ningún tipo, ni siquiera del porcentaje que tiene en Teleinde. Por eso los antecedentes de Mestre no sirven para dar a esa oferta la pátina de profesionalidad televisiva que necesitaría para la licitación, y de la que carece”.

Al día siguiente en un reportaje a Jorge Rachid de Renée Sallas, la revista *Gente* vuelve a la carga.

–Si alguien sabe que Macri ya tiene un canal –responde Rachid presionado por la periodista estrella de *Gente*– y que *Clarín* tiene otro, que por favor haga la denuncia penal, y que diga cómo lo consiguieron.

Renée Sallas refrita *Somos* e insiste sobre el tema de la conferencia de prensa realizada en Teleinde.

–Yo estuve invitado a esa fiesta, y no quise ir por razones de prudencia, y por ser parte del tema –hace buena letra Rachid.

–Se dice que el grupo Macri le ofreció al gobierno el 30 por ciento del negocio... –la periodista no aclara su fuente.

–Si hay corrupción, hago un escándalo nacional –afirma Rachid y su frase sirve de título en tipografía catástrofe.

Telefé versus Tevemac

Atlántida consigue su objetivo: los funcionarios de la licitación advierten por fin la debilidad del nexo existente entre Macri y Mestre y deciden equiparar las posibilidades de Tevemac y Telefé, que hasta apenas unas horas antes pa-

recía prácticamente desahuciada. Ambos grupos empatan en 170 puntos sin que nunca trasciendan las razones de tan insólita coincidencia. Los evaluadores no se moverán de ese veredicto aun cuando Mestre, disgustado, salga por *Tiempo nuevo*, a responder cada una de las imputaciones realizadas desde Atlántida.

—¡Falso!, ¡falso!, ¡falso! —vehemente le retruca cada cargo que, en el papel de abogado del diablo, le formula Neustadt—. Tratan de sacarme del medio diciendo que soy un viejo que ya no sirve para nada. Pero aquí estoy todavía dispuesto a pelear.

El 15 de diciembre comienza a correrse el velo de misterio de la licitación cuando se da a conocer el orden de mérito y las ofertas económicas de cada grupo. Según los evaluadores, Artear, con 197 puntos sobre 215, merece el primer lugar para ambos canales. Obviamente, la señora de Noble y sus gerentes, tal cual lo apetecen desde varios años atrás, se inclinan por el 13, y pretenden pagar por él 4.585 millones de australes (7 millones de dólares, al cambio del momento). A diferencia de Canal 11 —donde en segundo término quedan en un pie de igualdad Telefé y Tevemac (que deben desempatar su oferta económica para ver quién se queda con el canal)—, en el 13 *Clarín* consigue la victoria sin transpirar y sin suspenso.

Los Macri, por su parte, están a un paso de conseguirla: su oferta económica por Canal 11 —3.500 millones de australes (US\$ 5,3 millones)— supera en un millón y medio a la cifra ofrecida por Telefé, pero como en todo momento los funcionarios de la licitación insisten en que el triunfo no se resuelve por la variable económica sino por la calidad de los antecedentes reunidos —y en este rubro han empatado—, en un alarde de contradicción, el Gobierno les propone que en 48 horas mejoren sus respectivas ofertas económicas, de tal forma que el grupo que la refuerce más

generosamente se quede con el canal. Se trata de una hábil salida para el sector oficial que tiene estimados amigos en ambas sociedades. Al ponerlos en un pie de igualdad y lavarse las manos, deja librado el resultado final al azar. Pero íntimamente, el Gobierno teme más la ofensiva que puedan desatar los socios de Telefé, particularmente las influyentes revistas de Editorial Atlántida, las que sumarían así sus desestabilizantes protestas a las de *Ámbito Financiero* en momentos en que el país se prepara a ingresar por segunda vez en pocos meses a otra virulenta hiperinflación.

Todo lo que ocurre de allí en más forma parte de un misterio aún no develado: sorpresivamente Telefé cuatriplica su oferta original elevándola a 10.500 millones de australes (U\$S 16 millones), superando a Tevemac que apenas duplica su primer monto, llevándolo a insuficientes 7.125 millones de australes (U\$S 10,8 millones).

SOCMA acepta con tal parsimonia su derrota que hasta genera sospechas. Julio Ramos, quien en cambio hace su duelo de perdedor belicosamente, atribuye la pasividad del grupo Macri a algún tipo de "pacto secreto" con el Gobierno, conjeturando que pronto será favorecido en alguna otra licitación de obras públicas a las que SOCMA suele presentarse.

En el caluroso mediodía del 22 de diciembre, las cámaras de Canal 13 reconocen a su nueva dueña, la señora de Noble, y la agasajan con generosos planos.

A uno y otro lado del Presidente se ubican su esposa, Zulema Yoma, y el increíble Granillo Ocampo, enfrentados políticamente desde cuando discutían en el mucho más apacible paisaje riojano.

Jorge Rachid, casi rozando el brazo izquierdo de la primera dama, tampoco quiere perderse su último minuto de gloria.

Los ministros del Poder Ejecutivo, en una segunda lí-

nea, tendrían asistencia perfecta si no hubiese faltado el de Economía, Antonio Erman González. Humberto Toledo y el “Tata” Yofre, desde sus privilegiados lugares, echan curiosas miradas sobre el atento auditorio, la mayoría gente notable vinculada directa o indirectamente con los grupos ganadores. Aunque ha sido especialmente invitado al acto, no concurre Goar Mestre, quien se prepara a festejar al mismo tiempo su cumpleaños N° 77 y la Navidad, rodeado de los suyos en Punta del Este y aliviado: siente que se ha sacado una pesada carga de encima.

Teleinde en la cuerda floja

La pérdida del canal pone automáticamente en peligro de muerte al mastodóntico Teleinde. Aquejado por el escaso trabajo, su situación empeora: el alto valor artificial del austral produce estragos en los estudios de Martínez. Sus altísimos costos operativos –140 empleados en relación de dependencia parecen demasiado para su recortada actividad– se multiplican mes a mes por la depresión de la moneda norteamericana, con que pagan a Teleinde sus servicios o cuando arrienda sus estudios. Antes, los déficit de la empresa eran enjugados por sus dueños en la esperanza de verse algún día recompensados con un canal. Ahora que esa posibilidad se acaba de esfumar casi definitivamente –no obstante, desde SOCMA se harán sendos intentos, uno con Julio Ramos por el inexistente pero siempre apetecido Canal 4, y otro por el perennemente conflictivo Canal 2, en posible asociación con el empresario británico Robert Maxwell–, Teleinde se dirige hacia su fin.

El Gobierno, muy discretamente, quiere compensar a los perdedores más poderosos que quedaron fuera de combate en la batalla por los canales: a Ramos, para que baje de una

vez los decibeles de su diario; a Macri, porque el poder económico de todas sus empresas en conjunto es tal que conviene cuanto antes limar asperezas y recuperarlo como amigo. Si logran ponerse de acuerdo, el gobierno piensa entregarles el Canal 4 vía decreto, amparándose en la Ley Dromi.

A Mestre no le gusta nada el premio consuelo. Presente y no se equivoca, que Atlántida y *Clarín*, que han debido luchar para ganarse un canal, no tolerarán que se les cuele un competidor por la ventana y se lanzarán conjuntamente a un feroz *lobby* en contra.

—No, Mauricio —se excusa Mestre ante el hijo mayor de Franco Macri—, esto no es para mí. No podría salir a defender algo en lo que sé que no tengo razón.

Los Macri anuncian a Mestre que le abrirán las puertas de Teleinde para que, si ésta es su decisión, pueda escapar a tiempo: le comprarán su 20 por ciento sobre la base de un precio total para Teleinde de cuatro millones y medio de dólares. Pero la promesa no pasa de la mera enunciación: las negociaciones entre Macri y Ramos no avanzan y, al cabo de un tiempo, se diluyen. El controvertido editor prefiere seguir a solas su lucha tras el aún ficticio Canal 4. SOCMA entonces vuelve a posar su mirada sobre el siempre disponible y famélico Canal 2, donde el pintoresco Maxwell persiste en efectuar un aterrizaje forzado. Luego de mucho batallar, ambas partes quieren ponerse de acuerdo.

—Acabamos de hacerle a Maxwell una contraoferta que nos ha aceptado —informa Mauricio Macri en un almuerzo en el Jockey Club a Goar y Roberto Mestre—; nosotros aportamos Teleinde al canal en cuatro millones y medio de dólares y agregamos dos o tres millones más. De esta manera nos aseguramos el 40 por ciento de la emisora.

—Pero, Mauricio —reacciona Goar Mestre con fastidio—, a mí no me interesa ser parte de Canal 2 ni socio de Maxwell, mucho menos teniendo en cuenta que si el canal

va a costar finalmente 14 o 15 millones de dólares, de los cuales yo solamente voy a aportar uno, seré un microbio insignificante porque desde ya te anticipo que no estaré dispuesto a aportar suma adicional alguna. Realmente no me interesa. Además van a perder cualquier cantidad de dinero cuando comiencen a operarlo porque los otros canales les pasarán por arriba. Mira, en Cuba, para llevar a los bueyes de un lado a otro se les ponía una argolla en el hocico atada a una soga de la que se tiraba y a eso se lo llamaba "tirar del narigón". No sé cuál será la expresión equivalente aquí, pero a mí nadie me tira del narigón y me lleva a entrar en un negocio en el que no quiera participar.

Los Macri imprevistamente deciden endurecer su posición frente a Mestre, al desistir de comprarle su parte.

—Si tú pudieras demorar esto unos días... —suplica Mestre y propone a la vez—: querría que me dieras la oportunidad de vender Teleinde al Canal 11 o al 13. Creo que puedo tener algún tipo de éxito si logro explicarles cuál iba a ser nuestro plan de haber ganado nosotros la licitación y el papel fundamental que puede jugar Teleinde para producir a bajo costo.

—¿Cuánto tiempo necesitas? —inquire el joven Macri.

—Diez, doce días, no más. Primero hablaré con Simoncini. Se me ocurre el siguiente esquema: que paguen una parte en efectivo, otra en cuatro o cinco años y otra en segundos de publicidad.

Mestre sale confiado al ruedo, convencido de que logrará lo que quiere. Impone un precio de arranque a Teleinde de seis millones de dólares, aunque es consciente de que tras las negociaciones con los probables compradores, el valor pretendido se le puede deprimir en uno o dos millones. Mestre le otorga excesiva importancia a una carta en la que los todavía novatos permisionarios de los dos canales privatizados no piensan: las precarias instalaciones

que ocupan en comodato y que tendrán que devolver o comprar al Estado a más tardar en cinco años. A la luz de este dato, hacerse de un inmueble de las características de Teleinde puede ser más que conveniente. Pero los nuevos adjudicatarios, presionados por problemas más acuciantes y “con evidente desconocimiento del negocio y ninguna visión futura”, a juicio de Mestre, resuelven olvidarse de ese tema pateándolo para adelante.

Sin percatarse aún de este detalle, Mestre promueve con apasionados bríos las facilidades que a su entender brindan los estudios de Martínez.

—Allí hay terreno suficiente hasta para hacer un excelente edificio de oficinas, crear más áreas de ensayo y depósitos. Además, se hacen de un par de millones de dólares en equipos, algunos muy viejos, pero con valor residual muy interesante y otros muy modernos. Equipos del canal pueden ir a Teleinde y viceversa, según las necesidades que tengan o producir los programas más complejos allí, reservando el canal para los ciclos en vivo, como los noticieros y los programas ómnibus.

Su propuesta es recibida con frialdad en los canales aun cuando se aviene a hacerla más atractiva todavía.

—Si prefieren otro tipo de operación, he aquí otra posibilidad: un millón y medio de dólares por el equipamiento a pagar en cuatro o cinco años; y el alquiler del inmueble por tres años con opción a compra a pagar una parte en efectivo y otra en segundos de publicidad a cinco años.

Silencio inmodificable en el 13 y en el 11. Los nuevos permisionarios están exclusivamente preocupados con los enormes déficit operativos heredados y lo que aún les queda por pagarle al Estado que en planificar a largo plazo.

El tiempo urge no ya por Maxwell —las posibilidades de hacer negocio con él se esfuman rápidamente en cuanto el magnate pone distancia de la Argentina y se va por el

mundo a cuidar de intereses más concretos y a morir en un extraño accidente acuático— sino porque Teleinde se desangra sin remedio.

Mestre recibe en Martínez a buena parte de la plana mayor de Telefé: primero a Francisco Soldati y luego a Zanón, Lecuona y Yankelevich, pero en cambio los Vigil —venganza tardía— ni se le acercarán. Para entonces, desilusionado por el nulo eco despertado por sus propuestas —le duele que ni siquiera su amigo Simoncini lo haya llamado al menos por cortesía, aunque su respuesta fuese negativa—, Mestre se marcha rumbo, una vez más, a los Estados Unidos con destino final en la Clínica Mayo donde espera, tras una larga operación, sacarse de encima su aguda estenosis lumbar, que lo tiene a maltraer. Lo embarga cierta inevitable amargura por sus inútiles esfuerzos para vender Teleinde, pero al menos se siente mínimamente reconfortado cuando el teléfono suena en el departamento de su hijo Eduardo en Key Biscayne trayéndole desde Buenos Aires la inconfundible voz de Carlos Aller Atucha, el hombre de los números y genio administrativo de Atlántida, para expresarle informalmente que en Telefé no hay nadie interesado en hacer negocio con él. Cuando corta intuye que la suerte de Teleinde está echada: inevitablemente sobrevendrá el cierre. Ya han comenzado algunos despidos selectivos, pero la cirugía debe ir a fondo tanto como en el cuerpo de Mestre, sometido el 14 de abril a una compleja operación de columna.

Mientras inicia su lento restablecimiento, Teleinde agoniza. En toda su enorme superficie queda tan sólo un único cliente: Raúl Lecuona, productor de exitosas telenovelas. Convertido en un pequeño potentado —particularmente a partir del arrollador éxito en 1984 de *Amo y señor*, con Luisa Kuliook y Arnaldo André— y en el cliente más fiel y persistente de Teleinde, ahora aspira a mucho más y mueve sus influencias.

Antonio Macri acaba por ofrecerle Teleinde a precio de regalo: no más de dos millones y medio de dólares. “Es un disparate –grita desde lejos Mestre–; en el peor de los casos Teleinde no vale menos de cuatro millones de dólares.” Antonio Macri, principalmente, no entiende razones y quiere abrirse cuanto antes de los estudios. Finalmente, el 31 de agosto de 1990, Teleinde se muere de tristeza y sus gélidos pasillos quedan a la espera de un destino mejor en manos de su nuevo dueño que lo transforma en Sonotex.

Porteño y cubano

Al quitarse de encima el peso de Teleinde, Mestre siente que la vida le queda grande si no procura tener rápidamente entre manos otros negocios en los que pensar y preocuparse.

Mestre cree en Dios, pero se siente más cómodo en su condición de católico “a media máquina”. Tampoco es un gran lector, aunque le gusta estar a la par de cualquier habitante del Primer Mundo y por eso sus lecturas se concentran casi exclusivamente en *Time*, *Newsweek*, *Fortune* y el *National Geographic*, en tanto que en el plano local gusta echarles un vistazo a *Noticias*, *La Nación*, *Ámbito Financiero* y, los fines de semana, también a *Clarín*. Le apasiona la radio –es capaz de estar horas paseándose por la onda corta, inclusive de madrugada cuando le gana el insomnio– y un placer aún mayor experimenta al sentarse frente a su televisor y gracias al cable –en Punta del Este se hizo instalar una antena parabólica– poder sintonizar canales de otras latitudes para ver noticieros o algún partido de fútbol, básquet o tenis, aunque jamás una serie. Si bien perdió la costumbre de jugar al golf en San Andrés y en el Jockey, ni tampoco se lo ve trotar diez cuabras a la re-

donda de su casa, como lo hacía antes, es todavía habitual que se desprenda de su chofer y cubra caminando el trayecto de más de 15 cuadras que separa su oficina de su domicilio particular. Mestre es hombre de ciudad.

“Me gusta Buenos Aires –confiesa–, aunque si me pongo a recordar cómo vivía en Cuba, tendría que largarme a llorar.” Vivir en Alvear y Libertad lo gratifica aunque a veces se siente aprisionado. Y de donde se fuga, sin excepción, cada invierno hacia latitudes más cálidas, sin límites de distancia.

Disfruta de la buena mesa, aunque sin excederse, en el tradicional Chiquín, enfrente de su oficina, en el Claridge, Lola o en La Biela, donde sin desatender a sus acompañantes también está atento para reconocer a los comensales de otras mesas y, a su vez, ser reconocido.

Está conforme con lo que la vida le ha deparado, aunque todavía tiene una asignatura pendiente que no quisiera llevarse consigo al otro mundo: no se resigna a recuperar algún día su país.

En su cabeza, Cuba se agiganta día a día. No le alcanza con haberse animado, en julio de 1989, a volver a pisar muy discretamente su tierra, después de veintinueve años de ausencia, en una visita fugaz, de la que sólo sus íntimos tuvieron conocimiento.

“Sencillamente –explica– no quería morirme sin echarle aunque más no fuese un vistazo.”

La vuelta a la patria perdida fue un shock emocional para Mestre quien constató in situ sus peores sospechas. Ante el estado deplorable en que encontró todo, su ánimo fluctuó entre la ira contenida, el llanto y una entrañable nostalgia.

Recorrió La Habana con la avidez de un chico curioso y terminó en el hospital con una fractura luego de meter su pie en un pozo. “En mi caso –apunta no sin cierta ironía–

la famosa medicina cubana, de la que tanto se jacta el régimen, no dio con el diagnóstico correcto y producto de ese error sufrí una gran inflamación que retrasó mi recuperación.”

Pero más allá de ese contratiempo, Mestre vivió intensamente aquel regreso.

“La Habana –apunta– me impactó como más grande y linda de la que yo recordaba, aunque en estado deplorable. Nos alojamos en la embajada argentina, hermoso palacete construido en el Country-club en la década del 20 por mi viejo y admirado amigo y cliente de CMQ, don Ramón Crusellas, antes de que lo habitara Amadeo Barletta, quien vivió allí hasta que tuvo que asilarse en la embajada italiana para salir de Cuba, una vez que Fidel Castro tomó el poder. El mismo día que llegamos, con mi mujer cruzamos a la delegación diplomática de Portugal, es decir... ¡a nuestra propia casa! Aquello fue tan emocionante como haber logrado que en Varadero nos alquilaran el que había sido el dormitorio de nuestra casa de veraneo, ahora integrada a un complejo hotelero con el resto de las treinta y tantas casas de Kawama. Y volver a Santiago de Cuba fue como retrotraerme a mis propios orígenes. Y visitar la que fue la Droguería Mestre y Espinoza y las tumbas de mis padres también resultaron momentos muy hondos que llevaré en mi corazón hasta el fin.” Sin embargo, la opinión de Mestre sobre el régimen sigue siendo lapidaria. “Castro ha sido antes que perverso, malvado y resentido, un estúpido incapaz. Un gobernante tiene que procurar darle a su pueblo bienestar y felicidad. Castro, en cambio, siempre le ha exigido a la sociedad cubana nada más que sufrimientos.”

Pero Mestre no quiere vivir de recuerdos y se prepara para la vuelta definitiva. “Castro –elucubra– va a caer solo como una fruta madura. Puede que corra mucha sangre como en Rumania y que su fin sea tan largo como cruento.

O quizá suceda lo que en Europa Oriental y que el comunismo cubano también se evapore en paz.” Intuye que el final está próximo y que el desenlace será acelerado por las dramáticas condiciones de vida en Cuba y las privaciones crecientes a las que son sometidas sus habitantes, tras la renuncia de la ex Unión Soviética en continuar sosteniendo artificialmente a la isla. A cada uno de sus habitantes le corresponden, diariamente, sólo 80 gramos de pan, cuatro huevos por semana y un par de pantalones de mala calidad cada dos años, en tanto el servicio de transporte de pasajeros se restringe a su mínima expresión; los bueyes reemplazan a los tractores en el campo y se amplía el mar de fondo en el seno del PC que se devora a sí mismo.

“Lo ideal sería –retoma Mestre la palabra– que alguna fracción del ejército se anime a derrocar a Castro, persuadida de ponerle fin al inhumano sufrimiento del pueblo de Cuba y de marchar cuanto antes hacia la democracia y la economía de mercado, manteniendo el orden, la disciplina y la integridad del Estado. En ese caso, me gustaría contribuir, sin interés material alguno y en la medida de mis posibilidades, en la reconstrucción del país. Si dependiera sólo de mí, tendría mucho cuidado de que el aluvión de turismo que le espera a una ciudad como La Habana no la convierta en una nueva Las Vegas, con el Malecón repleto de casinos que atraerían de inmediato la droga, la prostitución y la mafia. La Habana, convenientemente restaurada, debe mantenerse señorial y colonial como siempre lo fue. A mi juicio, es una de las más lindas ciudades del mundo y hay que hacer todo lo posible para devolverla a su estado original.”

Pero por ahora éstas son nada más que ilusiones que Mestre alienta visitando con asiduidad la ciudad de Miami donde gusta tomarle el pulso a la dividida y enorme comunidad de cubanos allí exiliados, proponiéndose para luego

de la utópica caída de Castro pasar en Cuba “el mayor tiempo posible”, sin renunciar, desde luego, a Buenos Aires.

En la Argentina, Mestre proyecta una casa de fin de semana en Tortugas, en cuyos planos participa. También prepara divertidas expediciones, acompañado de algunos de sus nietos, a unas tierras que unos años atrás adquirió en las sierras del Valle de Calamuchita, donde tiene una importante plantación de pinos y una mina de granito de rara y extraordinaria calidad, que desearía explotar más intensamente. Con todo, esto no le basta. “Es difícil —explica—, después de haber desempeñado cargos ejecutivos tan importantes, hecho negocios con empresarios de renombre internacional y dueños de verdaderos imperios económicos y empleado a tanta gente en buena parte de América latina, entregarse sin chistar a un retiro sin sobresaltos.”

El negocio de la pizza

Lejos de haberse resignado por fin a ser un dócil e inofensivo abuelito —aunque disfruta muchísimo actualizarse sobre gustos, modas y tendencias con la información de primera agua que le suministran sus doce nietos y va en persona a ver uno de los recitales de Michael Jackson a River—, Mestre ni piensa en quedarse quieto. Con todos sus bríos, y junto a su hijo Roberto, sigue dándole algo de su tiempo a los negocios de Mundo Nuevo S.A. que, desde 1979 se dedica a la fabricación, venta y distribución de Chicco, la línea italiana de más de trescientos productos para bebés que lidera los mercados europeos y el argentino. Pero eso no es nada: Mestre también colabora con Roberto en la instalación en la Argentina, y a gran escala, de Pizza Hut con siete accionistas más,

algunos de ellos argentinos, otros estadounidenses, puertorriqueños y hasta cubano-norteamericanos.

Mestre alienta la instalación de no menos de 35 locales de Pizza Hut en la ciudad de Buenos Aires en cinco años, calculando que en otro lustro el número de sucursales en todo el país podría ascender a 100 o 150. Pizza Hut es una de las cinco subsidiarias del *holding* Pepsi Cola Inc., la principal de ellas, como es obvio, dedicada a la venta de gaseosas, en tanto que las otras cuatro –Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Taco Bell y Frito Lay– abarcan el rubro gastronómico. Pizza Hut ya tiene más de ocho mil bocas de expendio en los Estados Unidos y casi dos mil en sesenta países, alcanzando un volumen de ventas anual cercano a los 5.000 millones de dólares.

El momento político de la Argentina, más allá de desprolijidades y de ciertos personajes encaramados en la función pública que le provocan alguna desconfianza, termina por seducirlo. “Cada vez estoy más convencido de que si en vez de que el Ejército hubiese cometido la barbaridad de echar abajo al gobierno constitucional del doctor Arturo Frondizi, lo hubiera sucedido un gobierno como el actual del doctor Carlos Menem, la República Argentina estaría hoy a la par de Canadá o Australia.”

La TV, siempre la TV

Finalmente, estalla tras la privatización de canales el *boom* de las producciones independientes en la TV argentina, que durante tanto tiempo anunció y trató de promover y que por haberse anticipado, cuando nadie creía en ellas una década atrás –y que determinó su salida en 1990 de Teleinde por la puerta de atrás–, no pudo gozar económicamente.

¿Y qué opina actualmente de la radio y la TV argenti-

na? “La radio –responde– está entre las más activas y alertas del mundo y en el orden informativo creo que hay pocas que la igualan. En cuanto a la TV, pienso que va, en general, muy bien, saliendo poco a poco del pozo en que la metieron primero Isabelita y López Rega, luego los militares y, por supuesto, el gobierno radical que acabó de hundirla. Aunque le va a resultar muy duro competir con México y Venezuela, estoy seguro de que a la larga la TV argentina conquistará un pedazo del mercado internacional, mi sueño dorado cuando afinqué mi bandera en Buenos Aires en 1960.”

Con todo, hay un tema que particularmente en la TV le preocupa aún mucho más que su inconveniente comercialización. “Me horroriza –anota con fastidio– el lenguaje burdo, a veces innecesariamente soez, irrespetuoso y de pésimo gusto que se advierte en muchos programas.”

La pregunta puede sonar dura, pero se impone: ¿no se estará poniendo un poco viejo? “El abismo generacional –reconoce– es un hecho biológico y mental natural del que yo tampoco puedo escapar. No se evalúan los contenidos de un programa de TV, de un filme o de una obra de teatro con temáticas o escenas audaces, que hoy por hoy son las que dominan, con los mismos parámetros si uno tiene 18 años que si se tiene 80, pero de todos modos nada tiene que ver esto con la chabacanería, la vulgaridad y los temas demasiado transgresores que no deben tener lugar en una TV abierta.”

¿Aboga por la censura? “De ningún modo –se apura a aclarar–, creo sí en la autorregulación. Precisamente en Cuba creamos una Comisión de Ética Publicitaria, que nucleaba a anunciantes y medios electrónicos para ejercer una férrea autosupervisión de todo lo que salía al aire por las radios y televisoras cubanas, a los efectos de evitar lo que nunca fue ni será bueno: la censura oficial. La radio y

la TV argentinas debieron haber establecido normas o códigos de programación como los que nosotros instituímos, primero en Cuba, después en el Perú y, finalmente, en la Argentina y Venezuela, porque es evidente que, por el camino que van, serán cada vez más los televidentes que demanden que se tome algún tipo de medida para contener los absurdos excesos que se advierten hoy en pantalla y que aumentan las posibilidades de que el Estado tome cartas en el asunto. Y esto es lo que hay que evitar porque sería catastrófico. Siempre he dicho que mi mayor contribución a la televisión no ha sido todo lo que he puesto en el aire, sino aquello malo que impedí que se transmitiese.”

No le importa sonar reaccionario o desfasado. “En una democracia –se consuela– es importante que cada uno exprese su propio criterio y que oiga y respete el criterio contrario. Pueden decir todo lo que quieran. Me lo bancaré simplemente porque a cada uno en la vida le toca cumplir un rol. Yo cumplí el mío lo mejor que pude y, por lo visto, tuve la suerte de que casi siempre el éxito me acompañara.”

Como método de seducción, ejerce el buen humor administrándolo en frases que suele cargar de ironías agudísimas dosificadas con diplomacia cuando siente que la ocasión le es propicia y sigue negociando como un tigre a la hora de intentar establecer lazos comerciales con sus interlocutores de turno. Y disfruta de cierta inmutabilidad lograda en su entorno laboral a través del tiempo, particularmente con la presencia de su eterna secretaria Nora Valencia de Lenhardson, la misma que permaneció desde 1950 en las antecámaras de sus despachos en CMQ y luego en Canal 13.

¿La muerte? “No me preocupa mucho –le quita importancia–; todas las noches cuando nos dormimos es igualito a morirnos. El único que no se entera es el que ‘pone’ el muerto. Y todos, en algún momento, nos moriremos de verdad. Por mi parte intentaré mantenerme razonable-

mente ocupado hasta que llegue ese momento.” Le impresionó, obviamente, la desaparición de sus ex colaboradores y allegados más próximos. “A medida que el tiempo transcurre, sientes que las balas pasan cada vez más cerca tuyo.” Hace suya la reflexión de su hermano Abel, devorado por un cáncer el 27 de noviembre de 1991, el día que cumplía 83 años.

“Es que en la vida —explica— todo llega y todo pasa. Yo tuve mi tiempo que ya pasó. Hay que saber ‘desaparecer’ a tiempo y hacerlo suave, pero firmemente. Y eso es lo que estoy haciendo porque, como decía McArthur, ‘los generales no mueren..., se desvanecen’.”

Lo que vino después III

Verano de 1994: la brisa fresca, el cálido sol de Punta del Este predispone a Mestre a dedicarse a su ocupación preferida en los últimos años: reflexionar sobre lo que ha sido su vida; atisbar el futuro cuando ya no esté. Ideas que lo sorprenden caminando por la playa o en medio de un paseo en bicicleta. Episodios que aparecen y se van de su memoria desordenadamente:

“Cuando me doy vuelta y miro para atrás, me da cierto vértigo. En plan de suposición me pregunto qué habría pasado con los Mestre en Cuba si Castro no hubiese llegado al poder en 1959. Tal vez hubiésemos terminado de todos modos con graves problemas por el excesivo control de la industria de la radio y la TV que llegamos a tener y que, en cierto momento, tuvo forma de monopolio: el 92 por ciento de las señales televisivas que se veían en Cuba estaban directa o indirectamente generadas por nosotros. No creo que eso fuese bueno y yo mismo, con el correr del tiempo, me convertí en un ferviente enemigo de cualquier clase de monopolio privado o estatal. La vertiginosa carrera por la competencia que libramos nos llevó a esa posición y ni tiempo tuvimos de corregirnos. La CMQ sola tenía mucho más influencia que el resto de los medios juntos. Creo que con el tiempo esa situación se hubiese vuelto insostenible y alguien en lugar de Castro también habría intentado echarnos a patadas.”

“En cambio guardo el mejor de los recuerdos de Canal 13 y Proartel, sin duda la empresa de TV más seria y mejor organizada de la Argentina. Fue la más importante, la que empleó mayor número de gente, movió más artistas e ingresó mayor cantidad de dinero. La mejor televisión en el mundo de habla hispana que se ha hecho desde que exis-

te este medio, se desarrolló en la Argentina entre 1962 y 1969, a años luz de España, de México e inclusive del Brasil. Y no por lo que hicimos nosotros solamente: en el plano estrictamente creativo, creo que Romay fue un genio de la TV, un líder en su empresa que sabía sacarles agua hasta a las piedras. García me parece un buen tipo, muy singular y pintoresco que nunca engañó a nadie. Siempre tuve una buena relación con él, no así con Romay, aunque competíamos a muerte. A mi juicio, la TV privada argentina de los '60 fue tan superior a todo lo que hemos visto después hecho por el Estado que ni siquiera vale la pena comparar. En cuanto a la última licitación, en 1989, desde luego que si me hubiese metido con todo, seguramente habríamos ganado la licencia. Le había dicho a Macri que en ese caso, y de haber tenido que manejar yo mismo el canal, quería tener durante seis meses poder dictatorial para manejar la programación y la parte comercial.

"En fin, no me quejo. He sido muy afortunado en la vida laboral y personal. Llegué a Buenos Aires por primera vez en 1938 a vender pilas, baterías y linternas Eveready. Más de medio siglo después, termino mi carrera fabricando y vendiendo chupetes, mamaderas y pizzas.

"Sueño con la TV, despierto y dormido, desde hace más de cuarenta años. He tenido el privilegio de asistir a su gestación y de ser amigo de sus artífices: Vladimir Worykin, su inventor, y de David Sarnoff, su gran propulsor.

"Me alegra haber estado en la prehistoria de la TV y haber sido uno de los "parteros" de sus avances tecnológicos.

"Siempre he querido volver a tener un canal de TV, pero sucesivos gobiernos civiles y militares –y finalmente yo mismo– cuidaron, con gran delicadeza, por mantener a este "fósil" televisivo lo más descansado posible y al margen de las tensiones habituales del medio. Fui atento observador de la colosal carrera tecnológica de la TV desde

su arranque y no me cuesta imaginar cuáles serán sus progresos en los próximos años. Pero lo que realmente me llena de curiosidad, me entusiasma y, al mismo tiempo, me preocupa y me apena, porque no voy a estar para verlo, es qué rumbo tomará la TV en las próximas décadas. Me pregunto más concretamente hacia dónde se encamina la industria televisiva, cuál será su porvenir y el de los televidentes en general. No es difícil suponer que si las condiciones de vida en este planeta se tornan, como parece, cada vez más complejas, cada día habrá menos gente cómodamente sentada frente a sus televisores. Y eso no le conviene a nadie. Sigo pensando que el futuro no será tanto de las empresas de comunicación pertrechadas con los más sofisticados adelantos tecnológicos como de aquellas cuyos conductores tengan la suficiente lucidez para cuidar a la audiencia como a su propia familia, conociendo sus necesidades y satisfaciendo sus demandas con sensibilidad social y cultural, por cierto compatibilizándolas con los deberes prioritarios de entretener e informar. Éste, creo, que es el gran desafío de los próximos 40 años. Espero que los que vienen detrás de mí reaccionen a tiempo para enfrentarlo con éxito. Si así lo hacen, el siglo XXI será fascinante.”

Goar Mestre murió en la mañana del miércoles 23 de marzo de 1994 en el sanatorio Mater Dei de Buenos Aires, como consecuencia de una crisis cardíaca que comenzó cinco días antes en Punta del Este. Sorprendentemente, Alicia Martín, su compañera inseparable de toda la vida, apenas lo sobrevivió una semana, devorada por una afección renal, jamás detectada anteriormente.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN

Libros

Cuba, 1933, de Justo Carrillo. Universidad de Miami, 1985.

La radio en Cuba, de Oscar Luis López, Editorial Letras Cubanas, 1981.

La excelencia informativa, autores varios, Editorial Atlántida, 1989.

Perón y los medios de comunicación, de Pablo Sirvén, Centro Editor de América Latina, 1984.

Quién te ha visto y quién TV, de Pablo Sirvén, Ediciones de la Flor, 1988.

TV Guía negra, de Carlos Ulanovsky y Silvina Walger, Ediciones de la Flor, 1973.

1951-76 Televisión argentina 25 años después, de Carlos Ulanovsky, Editorial Hachette, 1976.

30 años de la televisión argentina, de Adolfo Jasca, Ediciones El Show, 1981.

Televisión argentina , un enfoque nacional, sin autor, Proartel, 1973.

Publicaciones

De la Argentina: *La Nación*, *La Prensa*, *La Razón*, *Clarín*, *Crítica*, *La Época*, *Democracia*, *Correo de la Tarde*, *Azul y Blanco*, *El Mundo*, *La Opinión*, *Ambito Financiero*, *Radiolandia*, *Gente*, *Canal TV*, *Análisis*, *Mercado*, *Primera Plana*, *Panorama*, *Siete Días*, *TV Guía*, *Atlántida*, *Platea*, *El Descamisado*, *Somos*, *Noticias*.

De Cuba: *Diario de la Marina*, *Semanario de Actualidad*, *República*, *Bohemia*, *Avance Criollo*, *Gente de la Semana*, *Información*, *Carteles*, *Diario Nacional*, *Diario de Cuba*, *Cuba Libre*, *Avance*, *Prensa Libre*, *El Mundo*, *Revolución*, *Combate*.

De Colombia: *Cromos*, *Bogotá*, *El Tiempo*, *La República*.

De Venezuela: *El Mundo, El Nacional, La Revista, Variedades.*

De los EE.UU: *Miami Herald, El Periodiquito, Newsweek, Variety.*

De Perú: *La Prensa, La Crónica.*

Entrevistas

Entre las más significativas para esta investigación pueden consignarse las realizadas entre 1987 y 1996 a Goar Mestre, Abel Mestre, Jorge Alcaraz, Francisco Gavilanes, Carlos Montero, Serafin Guillani, Constancio Vigil, Carlos Aller Atucha, José Cepero Brito, José Ignacio Vaillant, Omar Vaillant, Hugo Moser, Alberto Pasman, Juan Manuel Pallí, Ricardo Pueyrredon, José López Silvero, Rosita Forness, Germán Pinelli, Luis Clarasó de la Vega, Jorge Bourbakis, Manuel Fernandez, René Puig, Raúl de Juan, Nora Valencia, Delia Carballo, Alberto Villar, Pedro Simoncini, Alberto Salem, Francisco Fernández Turá, José Viana, Carlos Gandolfo y autoridades de la TV cubana y venezolana.

Otras Fuentes

Archivo privado de Goar Mestre.

Archivo privado de Abel Mestre.

Documentación, folletería y publicaciones internas de Teleinde / Vipcom, 1989-90, Canal 13, 1960-1973.

Papeles de las licitaciones de los canales de TV 11 y 13, Comité Federal de Radiodifusión, 1989.

Programas de TV y de Radio.

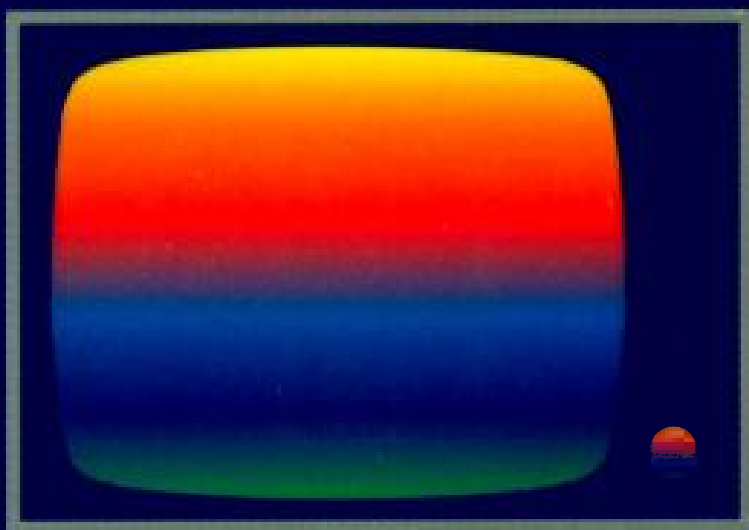
**Este libro se terminó de imprimir en el mes de octubre de 1996,
en Indugraf, Sánchez de Loria 2251,
Capital Federal, República Argentina.**



Pablo Sirvén (Buenos Aires, 1957) es periodista de vasta y reconocida trayectoria desde 1976. Investiga y escribe sobre televisión, con un enfoque personal y riguroso que lo ha convertido en uno de los especialistas más respetados. Sobre el tema, ha colaborado en los diarios *Convicción*, *La Razón* y *Ámbito Financiero* y en las revistas *Somos y Gente*. Publicó los libros *Perón y los medios de comunicación* (1984) y *Quién te ha visto y quién TV* (1988) y realiza una destacada labor docente.

Ha desarrollado, además, una carrera periodística ligada a otros temas como prosecretario del diario *Tiempo Argentino* (1984-86), jefe de redacción de la revista *Redacción* (1986-89) y, entre otros cargos, director periodístico del *Diario de Cuyo* (1994-95).

Actualmente es editor general de la revista *Noticias*, donde publica una columna de TV ininterrumpidamente desde 1989.



Levantó dos imperios televisivos y los perdió. Se enfrentó a Fidel Castro y a Perón. CBS y Time-Life lo reverenciaban. Se asoció y se peleó con los Vigil y los Macri. Encendió pantallas en todo el continente. Se llamaba Goar Mestre, había nacido en Cuba y llegó a ser el rey absoluto de la TV en la Argentina de los '60, con su exitosa gestión al frente de Canal 13.

La polémica y vertiginosa vida de este empresario condensa de manera emblemática la ajetreada historia de la televisión y sus conflictivos cruces con el poder. Pablo Sirvén la ha convertido en una biografía apasionante, con un clima cinematográfico y el ritmo de una novela de aventuras.

ISBN 950-511-261



9 789505 1126